

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО

ГУМАНИТАРНЫЙ ФОРУМ В ПОЛИТЕХНИЧЕСКОМ

Материалы I Всероссийской молодежной
научно-практической конференции

Санкт-Петербург

6–8 апреля 2022 года



ПОЛИТЕХ-ПРЕСС

Санкт-Петербургский
политехнический университет
Петра Великого

Санкт-Петербург

2022

ББК 74
Г 94

Гуманитарный форум в Политехническом : материалы I Всероссийской молодежной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 6–8 апреля 2022 г. / под общ. ред. Н. В. Чичериной. – СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2022. – 1000 с.

В сборник включены статьи студентов, аспирантов и молодых специалистов российских вузов. Материалы отобраны по результатам работы секций I Всероссийской молодежной научно-практической конференции «Гуманитарный форум в Политехническом» (Санкт-Петербург, 6–8 апреля 2022 года). В публикациях затрагиваются актуальные вопросы гуманитарного знания, включая различные аспекты лингвистики и лингводидактики, современного литературоведения и перевода, издательского дела, актуальных вопросов цифровой педагогики и других разделов.

Представляет интерес для специалистов в различных областях гуманитарных наук, для учащихся и преподавателей университетов и общеобразовательных школ, всех, стремящихся к совершенствованию системы гуманитарного образования.

Печатается по решению
Совета по издательской деятельности Ученого совета
Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

ISBN 978-5-7422-7877-1 © Санкт-Петербургский политехнический
doi:10.18720/SPBPU/2/id22-91 университет Петра Великого, 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

Секция

«СОВРЕМЕННОСТЬ КАК СИСТЕМА: ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И ФИЛОСОФИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ»

<i>Арутюнян Д. А.</i> Теологическая теория происхождения государства: история и современность	17
<i>Кобцова А. А.</i> Подходы к изучению сущности понятия «эмоциональный интеллект» в России и за рубежом	22
<i>Корносенко Е. В.</i> Медиация как способ коммуникации между посетителем, наукой и искусством: на примере выставки «Будущее обыденно»	29
<i>Кулярский Д. Д.</i> Обеспечение технического прогресса сельского хозяйства Ленинградской области как условие подъема и повышения производительности труда	35
<i>Мазаев Р. С.</i> Гражданское общество и правовое государство: идеи П. А. Столыпина и российская современность	41
<i>Олейников Д. И.</i> Как пугают компьютерные игры в жанре HORROR	48
<i>Прищеп А. С.</i> Сотрудничество ленинградских «рабочих-практиков» с «инженерно-техническими работниками-теоретиками» (во второй половине 1940-х–1950-х гг.)	55
<i>Рецова К. М.</i> Постпостмодернизм: новые социокультурные концепции	60

<i>Хузьятуллина Т. В.</i>	
Обучение чистописанию в русской классической школе (на примере г. Хабаровска)	65
<i>Шапошникова О. А.</i>	
«Естественно-исторические экскурсии по Петрограду» Б. Е. Райкова: забытое издание петроградского экскурсионного института	71

Секция

**«КУЛЬТУРА И МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ:
ЯЗЫК, КОММУНИКАЦИЯ, ЛИТЕРАТУРА»**

<i>Ван Линьпэн</i>	
Китайская фразеология и ее классификация	78
<i>Ван Ши</i>	
Осмысление ценностных доминант межкультурного общения студентов подготовки «лингвистика»	83
<i>Гудилина Е. Н.</i>	
Преимущества и недостатки утопии-текста как формы утопического дискурса	88
<i>Гузь А. С.</i>	
Влияние книг Дж. Р. Р. Толкина на мировую культуру	95
<i>Гущина А. О., Егорова А. И.</i>	
Особенности вербального и невербального поведения финнов и русских (на примере социального сетевого видеохостинга)	101
<i>Емелина А. В., Смольская Н. Б.</i>	
Лингвокультурные особенности заголовков элитарных глянцевых журналов	109
<i>Козлова Д. А.</i>	
Образ «чужого» в осмыслении итогов Первой мировой войны: Э. Юнгер vs Э. М. Ремарк	114
<i>Удальцова А. Р.</i>	
Функционирование профессиональных наименований – заимствований в специализированных медиа по экономике и финансовой грамотности	119
<i>Фазилова В. А.</i>	
Проблема становления личности в парадигме взрослый–ребёнок в повести А. Свингена «Баллада о сломанном носе»	125

<i>Шамсутдинова Я. Р., Загирова Л. А.</i>	
Особенности британского менталитета на материале романа Элинора Портер «Поллианна»	132
<i>Шубодерова Е. И.</i>	
Особенности русской и немецкой басни (на примере басен И. А. Крылова «Ворона и лисица» и Г. Э. Лессинга «Ворон и лиса»)	137

Секция

**«ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ
ЛИНГВИСТИКИ: ТЕКСТ, ЯЗЫКОВАЯ МЕДИАЦИЯ, ПЕРЕВОД»**

<i>Руфана Натик Кызы Агаева, Аносова Н. Э.</i>	
Развитие умений аудирования посредством использования видеоматериалов в процессе формирования переводческой компетенции	144
<i>Андреева А. К.</i>	
Языковая репрезентация гендерных стереотипов о женщине в произведениях современных англоязычных авторов	151
<i>Бузи Е., Клочкова Е. С.</i>	
Структурные модели терминологических сочетаний в английском и русском языках: морфосинтаксический и переводческий анализ	157
<i>Горбунова К. А.</i>	
Особенности перевода реалий в детских анимационных фильмах: динамическая эквивалентность	163
<i>Ерина М. А., Смольская Н. Б.</i>	
Роль механизма вероятностного прогнозирования в процессе синхронного перевода	171
<i>Жернакова Л. А., Аносова Н. Э.</i>	
Разновидности локализации видеоигр	177
<i>Колодезная Ю. В., Смольская Н. Б.</i>	
Языковой аспект формирования имиджа территории в современных медиатекстах	183
<i>Лазарева В. Д., Фокина Д. Д., Дмитриев А. В.</i>	
К вопросу об эвфемизации и дисфемизации англоязычного политического дискурса начала XXI века на материале газетных статей с использованием британского национального корпуса	190

<i>Пальванова Е. М.</i>	Способы передачи сквозной рифмы при переводе поэзии с русского языка на английский	196
<i>Писаренко Н. Н.</i>	Обозначения концепта «переселенец» и языковая толерантность/интолерантность в обществе	202
<i>Степанова О. А., Федюковский А. А.</i>	Хрононимия в русском и английском языках (дни недели, время суток, месяцы, праздники)	208
<i>Чередников А. Д.</i>	Особенности общественно-политического перевода	214
<i>Юй Липин</i>	Глагольные лексемы со значением желательности в русском и китайском языках: сравнительный анализ семантических признаков	219
<i>Секция</i>		
«ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОГО ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ»		
<i>Айдогдыева Э. Т., Одинокая М. А.</i>	Дидактические возможности образовательного ресурса WORDWALL для организации работы иностранных студентов в процессе изучения РКИ в вузе	226
<i>Борщенко Г. М.</i>	Использование оригинального контента как мотивирующий фактор при обучении иностранному языку в языковом вузе	234
<i>Иванова Е. В., Суслова О. В.</i>	Образовательный потенциал социальной сети ВКонтакте в развитии иноязычной коммуникативной компетенции обучающихся вуза	239
<i>Ли Юньшэн</i>	Потенциал использования интерактивной технологии цифрового минимализма иностранными студентами в процессе обучения РКИ в современной российской вузовской практике	246
<i>Лян Цзяхуэй, Чжан Сюань, Шеглова И. В.</i>	Ключевые аспекты методики преподавания научного стиля речи иностранным студентам	251

<i>Медведева О. Д.</i>	Основные подходы к развитию академических метанавыков в процессе иноязычного образования в техническом вузе	255
<i>Пиркулыева Г. П.</i>	Формирование социокультурной компетенции иностранных студентов при работе с литературным произведением	261
<i>Прокопьева Е. А.</i>	Особенности обучения взрослых иностранным языкам	266
<i>Просвирнина А. С., Ферман Н. Г.</i>	Изучение английского языка онлайн: инструменты, эффективность и сложности	272
<i>Старожук А. А.</i>	Формирование профессиональной идентичности преподавателей иностранных языков на основе педагогических кейсов	279
<i>Цай Сяньхуэй</i>	Прагматическая компетенция как структурный компонент иноязычной коммуникативной компетенции	288
<i>Цзинь Пин</i>	Гастрономический видеоконтент как объект мультимодального дискурс-анализа в практике преподавания китайского языка	294
<i>Шередкина О. А.</i>	Специфика обучения иноязычной коммуникации юристов в компетентностной парадигме	300
<i>Шугаева Д. Ф., Иванова Е. А.</i>	Специфика обучения иноязычной лексике учащихся с ограниченными возможностями здоровья в средней школе	308
<i>Шэн Синьшэн</i>	Дидактические возможности использования технологии Hotlist при обучении иностранных студентов в процессе изучения РКИ в российском вузе	314
<i>Секция</i>		
«РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ: МОДЕЛИ, СПЕЦИФИКА И ТРЕНДЫ ТРАНСФОРМАЦИИ»		
<i>Эльдар Фуад Оглы Ализаде</i>	Приоритетные направления и формы сотрудничества между Азербайджаном и Россией	320

<i>Бирюкова С. К., Ощепкова О. А.</i>	Политический плакат как оружие визуальной пропаганды на примере гражданской войны в Испании 1936–1939 гг.	328
<i>Упасак Босе</i>	Уникальность креативных городов и анализ города Каргополь, как образцового креативного города Архангельской области Российской Федерации	335
<i>Владыкина А. Н.</i>	Особенности дипломатического протокола в Китае	341
<i>Дуганов Г. С.</i>	Северное измерение: настоящее, прошлое и проблемы будущего ..	348
<i>Егорова Т. Д.</i>	Влияние нарративов в традиционных СМИ на сообщества иммигрантов в Швеции	353
<i>Жербина Е. А.</i>	История развития международных отношений в рамках арктического совета	360
<i>Земцова Д. А.</i>	Технология блокчейна в контексте современных трендов глобализации	365
<i>Ионина Е. М., Пашкова А. С.</i>	«Мягкая сила» как инструмент реализации внешней культурной политики Испании	374
<i>Калинин Н. Д.</i>	Формирование российско-бразильских отношений в эпоху многополярного миропорядка	381
<i>Карпов М. С., Клевицов С. В.</i>	Трудности регионального сотрудничества России и Германии	388
<i>Ким В. Х.</i>	Проект «морской шёлковый путь XXI века» как инструмент наращивания морской мощи Китая	394
<i>Коломойцева А. С.</i>	Миграционные процессы Германии в контексте межкультурной коммуникации (на примере мигрантов третьей волны)	398
<i>Корнеев С. Г.</i>	Институционализация прав человека в виде европейского суда по правам человека и его роль в современной Испании	406

<i>Кюрегян А. А., Чертушкина Т. А.</i>	История взаимоотношений Армении и Франции	414
<i>Люй Цзянь</i>	Сравнение политической мысли китайского Конфуция и древнегреческого Сократа	419
<i>Матвеев Д. А., Григорян А. С.</i>	Методы решения миграционной проблемы в современной ФРГ ...	424
<i>Павличенко Ю. Д., Букарева Л. О.</i>	Города-побратимы как инструмент межгосударственного сотрудничества России и Испании	431
<i>Рахманова А. Р.</i>	Влияние мигрантов на социальную обстановку в городах Германии на примере Берлина и Мюнхена	436
<i>Свяженина Е. Д.</i>	Тенденции феминизма четвертой волны в Испании	440
<i>Смирнова А. С.</i>	Обеспечение трансграничной гуманитарной безопасности на примере сотрудничества Панамы и Коста-Рики	445
<i>Цимбалист Д. Е., Кухарь Е. Р.</i>	Освещение политической повестки в ведущих немецких средствах массовой информации	452
<i>Шамилов А. С., Лагойко А. Г.</i>	Противостояние в языковой политике Финляндии с конца XIX в. до наших дней	458
<i>Шамсиев И. И.</i>	Международно-правовые и внутригосударственные аспекты лишения гражданства	467
<i>Юр А. С., Асия Икрям</i>	Взаимоотношения ЕС и КНР на современном этапе	474
<i>Юркова О. Ю., Снетков В. Н.</i>	Реализация концепции «один пояс – один путь» в рамках Арктического региона России	479

Секция
**«ЛИЧНЫЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ»**

<i>Акатова А. И.</i>	Благотворительный проект как инструмент укрепления внешнего имиджа компаний индустрии моды	485
----------------------	--	-----

<i>Бабич А. А.</i> Визуальная концепция и графический дизайн в продвижении брендов одежды	490	<i>Корякина Е. А.</i> Стратегия коммуникационной кампании профессионального студенческого конкурса	571
<i>Бахаева О. А., Голятина Я. А., Зорина Е. А.</i> Онлайн- и офлайн-мероприятия в спортивной сфере: инструментарий, тенденции и специфика (на примере международной детской социальной программы Football For Friendship)	497	<i>Марта Магзомкызы</i> Продвижение идеи добровольчества инструментами корпоративных медиа	577
<i>Бороздина А. В.</i> Вовлекающий контент как инструмент продвижения организации (на примере социальных сетей профсоюзной организации обучающихся СПбПУ)	503	<i>Мельник В. Р.</i> Способы продвижения местных изданий на цифровых платформах (на примере газет ленинградской области)	584
<i>Гусева Д. А., Захарова И. Б.</i> Политизация Covid-19 в цифровых медиа США	510	<i>Москаленко Д. О.</i> Продвижение цифрового контента на примере портала «ГОСУСЛУГИ»	590
<i>Дьяконов К. А., Ежова А. В., Романовская Н. А.</i> Карьера в некоммерческих организациях как профессиональный выбор будущих PR-специалистов	516	<i>Нефатенкова А. В.</i> Инструменты диджитал-продвижения в индустрии моды	595
<i>Жесткина Е. А.</i> Информационно-коммуникативное сопровождение деятельности компании: роль внутрикорпоративного PR	522	<i>Николаева А. В.</i> Использование методики построения платформы бренда в коммуникациях организации B2B-сектора	602
<i>Жуковская А. А., Сушкова Е. В.</i> Проблема зависимости подростков от социальных сетей и пути ее решения	528	<i>Саленова Ш. К.</i> Ожидания, интересы, проблемы в сфере обучения коммуникационным специальностям	608
<i>Калюжная С. Е.</i> Рекламное позиционирование социально-культурной программы для молодежи «Пушкинская карта»	533	<i>Семенова К. Д.</i> Использование историко-культурного наследия в PR-продвижении компании	615
<i>Карасюк С. В.</i> Понятие эффективности специального события	540	<i>Скребов М. С.</i> Способы привлечения целевых клиентов как развивающееся направление коммуникативных практик PR-отделов	622
<i>Каримова Д. А.</i> Влияние пандемии на формирование территориального бренда	546	<i>Соколова А. Н.</i> Профессиональные компетенции начинающих специалистов по рекламе и PR: запрос работодателей в Санкт-Петербурге (на примере коммуникационной площадки headhunter.ru)	627
<i>Катушенок Д. Е., Бородина О. Ю., Шалумова М. Б.</i> Социальные коммуникации пожилых людей в условиях цифрового общества в России и Израиле: сравнительный анализ	552	<i>Филимонова В. К.</i> Фирменный стиль в развитии имиджа предприятия металлургической отрасли	634
<i>Ковалёва А. Р., Шилова М. А.</i> Изменение конфликта как социального явления в цифровом обществе	560	<i>Фрей И. А., Лопухова А. К., Пулькина В. А.</i> Цифровой язык тела в маркетинге	639
<i>Колтакова Д. С.</i> Рекламные инструменты компании «Coca-Cola»	566	<i>Халилова А. В., Комарова Я. И.</i> Социологические аспекты отношения студентов к дистанционному образованию	645

<i>Чжен Цянь</i>	
Особенности медленной прямой трансляции в китайских цифровых медиа	651
<i>Чебаков А. Д.</i>	
Продвижение спортивной организации средствами специальных EVENT-мероприятий	656
<i>Юшкина А. Д., Семёнова Т. Ю.</i>	
Особенности представлений студентов об ответственном родителстве	661

Секция
**«МОЛОДЕЖЬ И ОБЩЕСТВО:
АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ»**

<i>Войник А. А., Снегур М. Р.</i>	
Мотивы участия подростков и молодежи в несанкционированных протестных акциях	668
<i>Закирова Э. С., Крапоткина И. Е.</i>	
Комсомол Татарии в годы Гражданской войны	675
<i>Ли В. В., Францева А. А., Нам Т. А.</i>	
Формирование позитивного имиджа волонтера как механизм продвижения добровольчества	681
<i>Моисеева В. С.</i>	
Сравнение практик осознанного потребления Запада и России	686
<i>Некрасов П. Б.</i>	
Роль добровольцев в воспитании детей-сирот	693
<i>Попова А. Е.</i>	
Позиционирование ГБУК ЦВЗ «Манеж» в Санкт-Петербурге	698
<i>Трухина О. И.</i>	
Колумбайн как социально-негативное явление в молодежной среде	703
<i>Смирнов М. В., Савина А. Д.</i>	
Корпоративная социальная ответственность как инструмент достижения общественного согласия	709
<i>Шайхулова Ф. М.</i>	
Продвижение культурно-досуговых учреждений в молодежной среде посредством событийной коммуникации	715

Секция
**«ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В ОБУЧЕНИИ И ПРЕПОДАВАНИИ»**

<i>Баранова О. А., Обухова Ю. О.</i>	
Портфолио, как инструмент геймификационного обучения в условиях цифровой трансформации	721
<i>Бахтияров Ф. Ф., Захаров К. П., Грекова Л. В.</i>	
Особенности развития цифровых компетенций учителей и старшеклассников	727
<i>Ван И</i>	
Методические возможности интерактивной платформы WOOC LAP на занятиях по русскому языку как иностранному	734
<i>Власюк А.</i>	
Готовность преподавателя к внедрению элементов электронного обучения	739
<i>Деркунская В. А., Нилова Т. В., Кондратьева О. Б.</i>	
Современный цифровой формат – подкастинг в сопровождении семьи воспитанников дошкольной образовательной организации	744
<i>Яблокова Д. Д., Иванова Л. С.</i>	
Реализация метода «мозговой штурм» на занятии иностранным языком посредством использования цифровых инструментов как способа развития социальной компетенции	752
<i>Киселева А. В.</i>	
Информационно-цифровые технологии и их роль в оценке результативности научно-педагогической деятельности	758
<i>Клейменов А. Р., Кольцова М. В.</i>	
Проектирование и разработка электронных учебных пособий для колледжа	765
<i>Кочурина С. А., Федорова О. О., Захаров К. П.</i>	
Теория самодетерминации в контексте адаптивной обучающей системы PLARIO	771
<i>Ли М. В.</i>	
Роль тьютора в системе дополнительного образования	777
<i>Нагибин С. С.</i>	
Цифровые технологии в развитии Hard, Soft и Meta-skills у студентов вуза	785

<i>Никифорова Т. Б.</i>	
Цифровые технологии для организации курса внеурочной деятельности по испанскому языку	793
<i>Паламарчук Б. А., Макаренко Е. И.</i>	
Применение цифровых технологий в образовательной деятельности будущих IT-специалистов (мнение студентов)	799
<i>Парманова М.</i>	
Потенциал использования технологии глобальной симуляции как средства формирования социокультурной компетенции студентов-иностранцев на занятиях по РКИ	805
<i>Шагиахметов А. М., Перепелкин А. И., Шелухов Г. В.</i>	
Автоматизированная информационная система кафедры на основе чат-бота TELEGRAM	811
<i>Чекомасова Е. А., Коган М. С.</i>	
Апробация программы ПМО «Персонализированная модель образования» с помощью цифровой платформы «Сберкласс»	815
<i>Яхненко А. В., Судоргин О. А.</i>	
Влияние инженерии на развитие искусственного интеллекта	822

Секция
**«ПРАВО И ЦИФРОВИЗАЦИЯ:
 НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»**

<i>Абдужалилов Т. Ф., Калинова К. В.</i>	
История уголовно-процессуального права	828
<i>Гармаш П. А.</i>	
Развитие законодательства в условиях цифровизации общества	835
<i>Голубенко К. А., Грязнова С. П.</i>	
Приостановка деятельности владельцами стриминговых сервисов России и обеспечение защиты прав потребителей: в поисках оптимальных правовых решений	842
<i>Грошева Е. А.</i>	
Возможности проведения почерковедческой экспертизы амбидекстров	848
<i>Забелин П. Д.</i>	
Проблемы возможного государственного регулирования сделок с невзаимозаменяемыми токенами	853

<i>Иванов М. А., Тебряев А. А.</i>	
Правовое регулирование виртуальных объектов и интеллектуальной собственности в игровой индустрии	859
<i>Исакова Е. М., Снетков В. Н.</i>	
Раздел цифровых финансовых активов при расторжении брака	868
<i>Катрашова Ю. В.</i>	
Цифровая трансформация судебной системы: перспективы и угрозы	874
<i>Мабе М. К.</i>	
Проблемы классификации адаптаций и обновлений как частных случаев переработки программ для ЭВМ	880
<i>Малыгин И. Ю.</i>	
Социально-экономический нарратив, как главный фактор изменения современного облика семьи	885
<i>Ревага В. И.</i>	
К вопросу регулирования простоя и незаконных увольнений в период ковидных ограничений	892
<i>Горбач Н. В., Слотина Я. А.</i>	
Характеристика преступлений, совершаемых в сфере киберспорта	899
<i>Ульянова Е. Е.</i>	
Проблема правового регулирования стриминговых платформ в Российской Федерации (на примере Twitch и Youtube)	905
<i>Филякова С. А.</i>	
Смарт-контракты: настоящее и будущее	911

Секция
**«ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО:
 ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОСТЬ, ТРЕНДЫ»**

<i>Бердичевская Е. К.</i>	
Основные тенденции изменения ассортимента книгоиздательской продукции в Российской Федерации в период пандемии Covid-19	917
<i>Ворожцов С. И., Шакуров А. А.</i>	
Оценка книгоиздательского направления как инновационной отрасли	923

<i>Жужулин А. С.</i> Теоретические и нормативные аспекты редакторской подготовки учебников для начальной школы в контексте фгос ноо 2021. Актуальные проблемы	928
<i>Коваленко Е. А.</i> Анализ тематики преданий и легенд эвенков (редакторские аспекты)	937
<i>Крачко П. А., Волошинова А. Д.</i> Духовно-просветительные издания для детей: понятие, функции, динамика выпуска	943
<i>Мурлатова Е. Е., Большакова А. В.</i> Актуальные тенденции современного издательского дела норвегии ...	951
<i>Николаева А. П.</i> Тренды в редакторской подготовке периодических изданий исторической направленности	957
<i>Нурбагомедова З. Р.</i> Особенности применения сторителлинга в материалах современного российского Интернет-СМИ «Нож»	963
<i>Осадчая Е. С.</i> Лингвистический анализ рассказа А. П. Чехова «Шуточка» (редакторские аспекты)	969
<i>Сабитова С.</i> Отражение категории художественного пространства в иллюстрациях к сказке «Василиса Прекрасная» (редакторские аспекты)	975
<i>Смирнова К. А.</i> Анализ практики реализации современных издательских проектов российскими писателями и издателями	981
<i>Сутормина А. А.</i> Особенности редакторской подготовки изданий по писательскому мастерству	987
<i>Худобенко Д. С.</i> Анализ советской периодики на примере журнала «Работница»	992

**СЕКЦИЯ
«СОВРЕМЕННОСТЬ КАК СИСТЕМА:
ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И ФИЛОСОФИЯ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ»**

УДК 340.12

Давит Арманович Арутюнян
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

**ТЕОЛОГИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ПРОИСХОЖДЕНИЯ
ГОСУДАРСТВА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Аннотация. В данной статье проводится исторический анализ содержания теологической теории происхождения государства — одной из древнейшей теории происхождений государства. Автор анализирует содержание теологической теории происхождения государства, ее идеологические последствия, а также сопоставляет ее с теорией общественного договора. Также осуществляется оценка значения данной теории на современном этапе развития государства и общества.

Ключевые слова: теологическая теория, возникновение государства, правосознание, теории происхождения государства, договорная теория.

David A. Harutyunyan
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

**THE THEOLOGICAL THEORY OF THE ORIGIN
OF THE STATE: HISTORY AND MODERNITY**

Abstract. This article provides a historical analysis of the content of the theological theory of the origin of the state — one of the oldest theories of the

origins of the state. The author analyzes the content of the theological theory of the origin of the state, its ideological consequences, and also compares it with the theory of the social contract. The assessment of the significance of this theory at the present stage of the development of the state and society is also carried out.

Keywords: theological theory, exclusion of the state, legal consciousness, theories of origin, contractual theory.

Согласно содержанию теологической теории происхождения государства «Государство является результатом Божественного промысла, а правитель призван исполнять Божественную волю». [1, с. 18] Основателем данной теории принято считать Ф. Аквинского. Как утверждал сам Фома Аквинский, «божественный разум управляет все миром в том числе и самим государством, религия как токовая должна обосновывать необходимость создания государства» [2, с. 24].

Основным недостатком теологической теории происхождения государства принято считать невозможность научного обоснования божественного происхождения государства. Утверждение о том, что Бог создал государство, является довольно сложным для научной оценки, ведь наукой нельзя ни доказать, ни опровергнуть данный тезис.

Тем не менее, если рассматривать содержание теологической теории происхождения государства как тезис о том, что «государство появилось благодаря идеи Бога», а не «благодаря Богу», то данная теория приобретет научное значение.

Например, согласно политико-религиозным идеям Древнего Египта, Ра был не только создателем, но и первым повелителем всего сущего, т. е. царем богов и людей, Ра – первый фараон, после которого правили другие боги. [3, с. 148–151]. В основе данной идеи прослеживается мысль о том, что цивилизация была не только создана богом, но и управлялась им.

Идея о религиозных причинах возникновения государства имеет вполне рациональные основания. Утверждение о божественном характере власти обосновывает незыблемость власти, ее верховенство и неприкосновенность. Также религия может

являться причиной происхождения государства в связи с тем, что может выступать как связующее звено среди разобщенных людей, побуждая их принимать общие правила поведения. Поэтому вполне обоснованным представляется утверждение, что вера в Бога является одним из факторов, повлиявшим на возникновение государства [1, с. 18].

В качестве примера государств, где божественный характер власти являлся частью общественного правосознания можно также привести древний Рим, в котором императора и членов его семьи отождествляли с божественными заместителями [4, с. 3]. Также в качестве примера можно привести и восприятие императорской власти в дореволюционной России [5, с. 7], и идею о небесном характере власти японских [6, с. 3] и китайских императоров [7, с. 2].

Представляется возможным утверждать, что в основе монархии лежит идея о том, что Бог создал государство, и что Он им управляет через своего помазанника-представителя, что являлось фактором, влияющим на правосознание народа, сдерживающим возможное недовольство людей.

В рамках данного исследования довольно интересным видится сравнение теологической теории происхождения государства с теорией общественного договора, наиболее яркими представителями которой являлись А. Радищев, Ж. Ж. Руссо, Дж. Локк, Т. Гобс. [8, с. 4]. «Согласно теории договора для соблюдения прав и общей пользы люди заключили между собой договор. Ради стабильности и спокойствия люди добровольно отказались от свободы и от части своих прав, передав их государству» [9, с. 2]. С точки зрения договорной теории происхождения теории основной причиной соблюдения данного договора является общественная польза и общее благо. Тем не менее, идея о том, что следовать данному договору необходимо не только потому, что за нарушение его условий следует государственное наказание, но, в первую очередь, божественная кара, помогло серьезно укрепить институты власти.

Правители, осознавая сложность удержания человека в едином государстве на одном лишь уважении друг к другу, общем

благе или на страхе применения государственных карательных мер, основывали свое государственное управление на фундаментальных, базовых, неизблемых идеях, связанных с божественным характером государственной власти и страхе божественного наказания.

Идея о теологическом характере власти имеет неоднозначные особенности реализации. С одной стороны, общественное правосознание, в основе которого лежит божественный характер власти, создает благоприятные условия для возникновения злоупотреблений со стороны государства. Тем не менее, теологическое представление о возникновении государства и государственной власти может являться фактором, объединяющим людей, препятствующим осуществлению радикальных переворотов, формирующем законопослушность. Также и в отношении правителя государства идея о божественном характере его власти может повысить на чувство ответственности правителя перед своим народом.

Являясь одной из древних, теологическая теория происхождения государства сохраняет свою актуальность. Обожествление государственной власти обеспечивает ее стабильность и легитимность в традиционных обществах с сильными религиозными традициями. С другой стороны, распространение теологических учений в сфере общественного правосознания создают определенные риски для злоупотреблений со стороны государства. В целях достижения идеолого-политического равновесия представляется рассматривать теологическую теорию происхождения государства вместе с договорной теорией, согласно которой основная цель государства — обеспечение общественного блага.

Библиографический список

1. Снетков В. Н., Мохоров Д. А., Зябкина Т. Ф. Теория государства и права: учебное пособие 2018 Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого ББК:67. – 155 с.

2. Смоленский М. Б. // Теория государства и права: учебник – М. : НОРУС, 2018. – 248 с.

3. Коростовцев М. // Религия Древнего Египта 1976 г. – 208 с.

4. Джарман Ольга Александровна // 2012 Культ императора в древнем Риме и Италии в межзаветную и раннехристианскую эпоху – Христианское чтение <https://cyberleninka.ru/article/n/kult-imperatora-v-drevnem-rime-i-italii-v-mezhzavetnuyu-i-rannehristianskuyu-epohu-2>.

5. Николаева Светлана Ивановна, Шелистов Юрий Ивлонович // 2009 Формирование и эволюция "богословия власти" в московском государстве – Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-evolyutsiya-bogo-sloviya-vlasti-v-moskovskom-gosudarstve>.

6. Лих Марина Анатольевна // 2014 Институт монархии в Японии, его особенности – Вестник Международного института экономики и права <https://cyberleninka.ru/article/n/institut-monarhii-v-yaponii-ego-osobennosti>.

7. Родин Степан Алексеевич // 2012 Небесный мудрец и небесный воитель. Государи Тэнги и Тэмму в японских письменных памятниках VIII в. – Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nebesnyu-mudrets-i-nebesnyu-voitel-gosudari-tengi-i-temmu-v-yaponskih-pismennyh-pamyatnikah-viii-v-1> (дата обращения: 17.01.2022).

8. Пакшин Павел Константинович // 2019 Исследование теорий происхождения государства: к постановке проблемы – Контентус. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-teoriy-proishozhdeniya-gosudarstva-k-postanovke-problemy/viewer> (дата обращения: 18.01.2022).

9. Нагих Сергей Иванович // 2013 Франц Оппенгеймер о происхождении государства и его критика договорной теории происхождения государства и естественного права – Пробелы в российском законодательстве. Юридический журнал. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/frants-oppengeymer-o-proishozhdenii-gosudarstva-i-ego-kritika-dogovornoj-teorii-proishozhdeniya-gosudarstva-i-estestvennogo-prava> (дата обращения: 17.01.2022).

Арутюнян Давит Арманович – бакалавр, Высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. E-mail: darutunan10p@gmail.com.

Анна Александровна Кобцова
Елабужский институт Казанского
федерального университета

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ «ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ» В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Аннотация. Статья посвящена подходам отечественных и зарубежных ученых к изучению сущности понятия «Эмоциональный интеллект» (EQ). Целью было найти сходства и различия в их подходах к изучению данного понятия. Особое внимание обращено на то, что данная проблема актуальна как в отечественной, так и в зарубежной науке. Проведен тщательный анализ различных подходов к определению понятия. Были выделены сходства и различия в определениях эмоционального интеллекта у зарубежных и отечественных ученых в отдельности, также определения были сравнены друг с другом. Отмечено и то, как понятие расширилось и становилось более емким в процессе его изучения.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект, EQ, сущность, подходы.

Anna A. Kobtsova
Yelabuga Institute of Kazan Federal University

APPROACHES TO THE STUDY OF THE ESSENCE OF THE CONCEPT OF «EMOTIONAL INTELLIGENCE» IN RUSSIA AND ABROAD

Abstract. The article is devoted to the approaches of domestic and foreign scientists to the study of the essence of the concept of «Emotional intelligence» (EQ). The aim was to find similarities and differences in their approaches to the study of this concept. Special attention is paid to the fact that this problem is relevant both in domestic and foreign science. A thorough analysis of various approaches to the definition of the concept has been carried out. Similarities and differences in the definitions of emotional intelligence among foreign and domestic scientists were highlighted separately, and the definitions were also compared with each other. It is also noted how the concept expanded and

became more capacious in the process of its study.

Keywords: emotional intelligence, EQ, essence, approaches.

В качестве приоритетных задач современного образования ученые из ведущих образовательных учреждений мира, а именно Гарварда, Стенфорда и Фонда Карнеги отмечают, что в настоящее время необходимо акцентировать внимание на развитии Soft-skills не только у работников и бизнесменов, но и у обучающихся и студентов. Наряду с такими гибкими навыками как критическое мышление, решение задач, публичные выступления, работа в команде, в настоящее время все большее внимание уделяется такому феномену, как эмоциональный интеллект. Эмоциональный интеллект, помогает нам не только в выработке Soft-skills, но и является базой для активной и эффективной жизни в социуме. Он имеет колоссальное влияние на интеллект, что в свою очередь отражается на всех видах деятельности человека. Но для того, чтобы понять каким образом эмоциональный интеллект влияет на нашу жизнь, нужно разобраться в самом понятии «Эмоциональный интеллект».

В связи с этим *целью* данного исследования является изучение подходов к рассмотрению понятия «Эмоциональный интеллект» отечественными и зарубежными учеными. Для достижения поставленной цели нами были использованы следующие методы исследования: концептуальный анализ, абстрагирование, обобщение, дедукция, индукция.

В 1872 Чарльз Дарвин выпускает книгу «О выражении эмоций у людей и животных» [1]. В его труде впервые говорится о значимости эмоций. В 1920-е годы Э. Торндайк ввел понятие «социальный интеллект». С точки зрения Э. Торндайка [2], объектом социального интеллекта выступает система социальных отношений. Социальным интеллектом называется способность к пониманию и управлению мужчинами и женщинами, мальчиками и девочками, способность действовать правильно в человеческих отношениях. Это понятие является еще одной маленькой ступенькой на пути к осознанию научным сообществом важности эмоционального интеллекта.

Важный вклад в исследование интеллекта внес Д. Векслер [3], который рассматривал интеллект как «совокупную способность индивидуума действовать целенаправленно, рационально мыслить и эффективно взаимодействовать с окружающим миром». В своей публикации в 1940 году он разделил способности человека на «интеллектуальные» и «неинтеллектуальные». К последним он отнес аффективные, личностные и социальные, и заключил, что именно «неинтеллектуальные» способности являются ключевыми при предсказании жизненного успеха человека.

В 1965 году в работе М. Белдока «Sensitivity to expression of emotional meaning in three modes of communication» впервые появляется понятие «Эмоциональный интеллект». Сущность понятия не отличалась от определений его предшественников, он лишь использовал другой термин.

В 1988 году Р. Бар-Он [4] ввел понятие эмоционально-социальный интеллект, по его мнению, который состоит из многих личных и межличностных способностей, навыков и умений, которые, объединяясь, определяют поведение человека. Р. Бар-Он впервые ввел обозначение EQ – emotional quotient, коэффициент эмоциональности, по аналогии с IQ – коэффициентом интеллекта. Модель Р. Бар-Она дает очень широкую трактовку понятия эмоциональный интеллект. Он определяет его как все некогнитивные способности, знания и компетентность, дающие человеку возможность успешно справляться с различными жизненными ситуациями. Кроме этого, Р. Бар-Он выделил пять сфер компетентности, которые можно отождествить с пятью компонентами эмоционального интеллекта: познание себя, навыки межличностного общения, способность к адаптации, управление стрессовыми ситуациями, преобладающее настроение.

С 1990 года к изучению данного понятия стал применяться научный подход. П. Сэловея и Дж. Майер в 1990-м написали статью «Эмоциональный интеллект» [5], в которой эмоциональный интеллект – это группа ментальных способностей, которые способствуют осознанию и пониманию собственных эмоций и эмоций окружающих. Данная статья дала научному сообществу и обще-

ственности толчок для развития в сфере изучения эмоционального интеллекта и в разы увеличила интерес к ней.

В 1995 году Д. Гоулман публикует книгу «Эмоциональный интеллект» на основе исследований П. Сэловея и Дж. Мэйера. Согласно Д.Гоулману эмоциональный интеллект есть «способность человека истолковывать собственные эмоции и эмоции окружающих с тем, чтобы использовать полученную информацию для реализации собственных целей» [6].

В настоящее время происходит осмысление значимости эмоционального интеллекта. Появляются новые работы, исследования и статьи, что свидетельствует о повышающемся интересе к феномену эмоционального интеллекта. Примером могут послужить: Дж. Баррисо [7] и его работа «Эмоциональный интеллект на практике» 2019 г., по мнению которого эмоциональный интеллект – умение заставить эмоции работать на себя, а не против себя. Эта книга говорит о том, что ключ к успеху заключается не в том, чтобы вычеркивать эмоции из процесса принятия решений, а разобраться с ними так, чтобы люди могли успешно выполнять любые задачи.

Основным сходством всех зарубежных определений является одна и та же сфера применения и воздействия EQ – это социальная жизнь, которая включает в себя работу и взаимодействие с людьми. Отличительным же является то, что Э. Торндайк считает, что EQ – это умение понимать людей и управлять ими, Р. Бар-Он определяет EQ как все некогнитивные способности, знания и компетентность, дающие человеку возможность успешно справляться с различными жизненными ситуациями. По Дж. Мэйеру, П. Сэловею, Д. Карузо, эмоциональный интеллект – группа ментальных способностей, способствующих осознанию и пониманию собственных эмоций и эмоций окружающих.

Таким образом можно сказать, что с течением времени данное понятие расширялось и становилось более емким. Так изначально EQ определялся лишь пониманием людей и управлением ими, сейчас он включает еще и понимание себя, определенные способности, помогающие жить в обществе, а также знания и умения необходимые для этого. К настоящему времени за рубежом выделяются три

основных подхода к изучению EQ: 1) EQ как модель способностей Дж. Майера и П. Саловея; 2) EQ как модель эмоциональных компетенций; 3) эмоционально-социальный интеллект Р. Бар-Она.

Одни из первых работ, затрагивающих данную тему стали научные труды Л. С. Выготского. В психологической науке 20 века было принято рассматривать интеллектуальный и аффективный компоненты нашего сознания отдельно друг от друга, но Выготский одним из первых пришел к выводу, что при подобном подходе не передается реальная картина жизни. Он считал [8], что эмоции имеют прямое влияние на интеллект и его способности, ведь любая мысль, высказываемая человеком, подвергается его оценке исходя из пережитого опыта.

Данную концепцию поддержал и С. Л. Рубинштейн [9]. Он считал, что эмоциональные, волевые и когнитивные процессы едины, но являются основой для различных психических процессов, которые отличаются друг от друга преобладанием одного из этих трех компонентов. Суть его идеи заключалась в том, что в различных ситуациях один из компонентов берет верх, так, например, в панике человек выплескивает много эмоций и часто не может корректно отреагировать на сложившуюся ситуацию. Также он первый отечественный ученый, отметивший, что для успеха в различных сферах жизни человек должен обладать определенными эмоциональными качествами, которые позволят ему контролировать и корректировать свое поведение в зависимости от ситуации.

А. Н. Леонтьев [10] также поддерживал и развивал идею о том, что изучение человека должно идти комплексно, что значит отделять мышление и эмоции не эффективно, ведь в нашем организме они взаимосвязаны. Эмоции, как полагал А. Н. Леонтьев, дают человеку навыки коммуникации и обобщения.

Работы этих ученых можно рассматривать как базу для развития дальнейших теорий и исследований об эмоциональном интеллекте. Последующие опубликованные научные работы по данной тематике конкретизировали или развивали идеи классиков.

Б. В. Зейгарник [11] подтверждала положения Л. С. Выготского о том, что мысль – не последняя инстанция, что сама мысль

рождается не из другой мысли, а из мотивирующей сферы нашего сознания, которая охватывает наши стремления и потребности, наши интересы и побуждения, наши аффекты и эмоции. Она подчеркивала, что не существует мышления, оторванного от стремлений, мотивов, установок, принципов и чувств человека, т. е. от личности в целом.

Однако существовали и совершенно иные точки зрения относительно сущности понятия «эмоциональный интеллект». Так, О. К. Тихомиров изучал «эмоциональное мышление», которое в конце 20 века являлось прямым синонимом эмоционального интеллекта. Исследования О. К. Тихомирова доказывают наличие эмоциональной регуляции мыслительной деятельности и тот факт, что эмоциональная активизация является необходимым условием продуктивной интеллектуальной деятельности.

В определениях эмоционального интеллекта отечественных ученых основным сходством является его влияние на интеллектуальную составляющую человека. В большинстве определений отмечается, что эмоции влияют на наши суждения об окружающем мире, на реакции и действия. Явных отличий в подходах к рассмотрению понятия «эмоциональный интеллект» у отечественных ученых нет, определения лишь немного изменяются в зависимости от смежной сферы исследований ученых. В отечественной науке изучение данного феномена шло одновременно с зарубежными исследованиями.

В самом начале пути по изучению эмоционального интеллекта необходимо было понять, что же все-таки изучается. Что такое эмоциональный интеллект, в какой сфере он применяется и имеет ли влияние на нашу жизнь. Для того, чтобы понять это, необходимо было обозначить полное и емкое определение данного феномена. Как было сказано выше зарубежные ученые объединили свои концепции вокруг применения эмоционального интеллекта в социуме. Считается, что это основная сфера влияния EQ. А отечественные ученые обозначили неразрывную связь эмоционального и умственного интеллекта человека. Они считают, что от уровня EQ напрямую зависти успех во многих видах интеллектуальной

деятельности, от учебы до работы. Но если говорить о самой сущности понятия «Эмоциональный интеллект», значительная часть ученых рассматривают эмоциональный интеллект как способность личности распознавать и понимать свои и чужие эмоции, способность управлять своими и чужими эмоциями, использовать эти знания в качестве основы для мышления и принятия решений. С течением времени данное понятие становилось все более емким. Если в начале пути EQ определялся лишь пониманием людей и управлением ими, сейчас он включает еще и понимание себя, определенные способности, которые помогающие жить в обществе, а также знания и умения необходимые для этого.

Библиографический список

1. **Дарвин Ч.** О выражении эмоций у человека и животных. Санкт-Петербург: Питер. – 2001.
2. **Эдвард Ли Торндайк.** Природа человека в социальных отношениях / «Human nature and the social order», 1940.
3. **Wechsler D.** Non-intellective factors in general intellect // Psychol. Bull. 1940. V. 37. P. 444–445. Reprinted in: J. Abnormal Social Psychol. 1943. V. 38. P. 100–104.
4. **Cherniss, C.** Emotional intelligence. // Encyclopedia of applied psychology. / Ed.: C. Spielberger. – Vol. 2. – Oxf.: Elsevier, 2004. – P. 315–321.
5. **Goleman D.** Emotional intelligence: Issues in paradigm building // The emotionally intelligent workplace. – 2001. – Vol. 13. – P. 26.
6. Экономическое обозрение. Статья. Режим доступа: <https://www.eiconsortium.org/members/goleman.htm> (дата обращения 2.02.2022)
7. **Джастин Барисо.** «EQ. Эмоциональный интеллект на практике»: Изд-во Бомбора, 2019. – 240 с. – ISBN 978-5-04-100829-1.
8. **Выготский Л. С.** Собр. соч.: В 6 т. Т. 2. М., 1982.
9. **Рубинштейн С. Л.** Проблемы общей психологии. М., 1973.
10. **Леонтьев А. Н.** Деятельность и сознание // Вопросы философии, 1972. – № 12. – С. 137–140.
11. **Зейгарник Б. В.** Патопсихология. М.: Изд-во МГУ, 1986.

Кобцова Анна Александровна – бакалавр, отделение иностранных языков, Елабужский институт Казанского федерального университета. E-mail: kobcova10@gmail.com.

УДК 069.01, 7.036

Екатерина Владимировна Корносенко
Санкт-Петербургский
государственный университет

МЕДИАЦИЯ КАК СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ПОСЕТИТЕЛЕМ, НАУКОЙ И ИСКУССТВОМ: НА ПРИМЕРЕ ВЫСТАВКИ «БУДУЩЕЕ ОБЫДЕННО»

Аннотация. Проблема музейной коммуникации порождает целый ряд новых форм работы с аудиторией. Одной из таких современных форм взаимодействия является практика медиации. Медиатор становится своего рода «проводником» для посетителей, вместе с которыми он совершает путешествие по выставке и раскрывает ее ключевые смыслы. За рубежом такая практика начала актуализироваться еще в 1970-е годы, когда происходило вовлечение посетителя в различные дискуссии. Уже в XXI веке медиация начала активно распространяться и в отечественной практике. На данный момент, далеко не во всех, но во многих музеях используется эта техника. Стоит отметить, что чаще всего такой механизм работы с посетителем выбирают при взаимодействии аудитории с современным искусством.

Ключевые слова: медиация, выстраивание коммуникации, партисипация, музей и посетитель.

Ekaterina V. Kornosenko
St. Petersburg State University

MEDIATION AS A WAY OF COMMUNICATION BETWEEN THE VISITOR, SCIENCE AND ART: ON THE EXAMPLE OF THE EXHIBITION «THE FUTURE IS ORDINARY»

Abstract. The problem of museum communication gives rise to a number of new forms of work with the audience. One of such modern forms of interaction is the practice of mediation. The mediator becomes a kind of «guide» for visitors, with whom he makes a journey through the exhibition and reveals its key meanings. Abroad, this practice began to be actualized as early as the 1970s, when the visitor was involved in various discussions. Already in the XXI century,

mediation began to actively spread in domestic practice. At the moment, not all, but many museums use this technique. It should be noted that most often this mechanism of working with the visitor is chosen when the audience interacts with contemporary art.

Keywords: mediation, communication building, participation, museum and visitor.

Деятельность современных музеев предполагает использование различных методов ознакомления посетителя с экспозицией. Во многих музеях сейчас происходит переосмысление и модернизация коммуникационной модели «музей-посетитель».

Цель данной работы: выделить роль и функцию медиатора в современной музейной практике. И, исходя из всего этого, показать потенциал медиации в отношении технологий.

Исследования проведены на примере международной выставки-фестиваля «Будущее обыденно», которая проходила с 8 по 14 ноября 2021 года в Технопарке ЛЕНПОЛИГРАФМАШ в Санкт-Петербурге. События проекта проходили в рамках Года науки и технологий и были приурочены к 100-летию юбилею кружкового движения в России.

Выставка была наполнена различными технологическими новинками и science-art объектами. В ходе деятельности этого проекта посетитель приглашался к разговору о будущем, его потенциале и возможных разочарованиях. Были представлены новые транспортные средства, синтезированная еда, предупреждающие и оберегающие гаджеты. Необходимо было добиться такого эффекта, при котором все инновационное и необычное превращалось бы в понятное и привычное в контексте выставки. Именно для реализации этой задачи был проведен набор в школу медиаторов, которые и должны были сделать процесс «путешествия» в будущее максимально безболезненным для посетителя.

Арт-медиации особенно актуальны в музейной практике последних лет. Среди трудов, в которых предпринимается попытка четко разделить экскурсию и медиацию, можно выделить работу «Арт-медиация после экскурсоведения» Яны Кличук [1]. В этой работе Кличук обращается к понятию «невежественного наставни-

ка», введенного еще Жаком Рансьером, говоря, что «арт-медиатор в качестве „невежественного наставника» в первую очередь сокращает дистанцию между искусством и зрителем, создает комфортные условия для рассмотрения произведения, его обсуждения и составления собственного мнения» [1, с. 2] Значимыми работами по этой теме являются: «Партиципаторный музей» Нины Саймон [2], «Искусственный ад. Партиципаторное искусство и политика зрительства» Клэр Бишоп [3], «Педагогика угнетенных» Паулу Фрейре [4], «Время культурной медиации» Кармен Мёрш [5] и другие.

Отдельно стоит выделить работу М. В. Бирюковой «Философия кураторства» [6]. Марина Валерьевна пишет об актуальных практиках современной кураторской и выставочной работы. В работе отмечается, что, когда к работе привлекается заинтересованная, но непрофессиональная публика, преодолевается некая научная парадигма. Перед посетителями открываются возможности для иррационального постижения реальности. Через такой новый способ коммуникации пробуждаются ассоциации с первобытной магией и даже практиками шаманизма [7].

На выставке «Будущее обыденно» было представлено более 50 российских компаний Национальной технологической инициативы, они показали новейшие технологии — от альтернативных источников энергии до продуктов питания на основе растительного белка. Также на выставке нашли свое место 15 объектов science & techno art. В ходе проекта были выстроены различные коммуникационные стратегии, но ключевым коммуникационным элементом стали именно медиации, а также возможность диалога с самими разработчиками.

Это явление близко феномену партиципации (культуры участия), который исследует Нина Саймон. Саймон определяет партиципаторный музей, как место, «где посетители могут создавать, делиться и соединяться друг с другом на основе его содержания» [2, с. 4]. Современный музей ищет в своих посетителях не пассивных наблюдателей, а людей, готовых к совместной работе и сотворчеству. Такое явление возникает в музее, который сам яв-

ляется модератором и вдохновителем диалога. Пространство выставки «Будущее обыденно» было разделено на пять отдельных сцен, каждая из которых носила тематическое название. Каждая из зон позволяла по-новому взглянуть на отдельный аспект жизни человека будущего. В проекте приняли участие отечественные и зарубежные художники: лидеры отечественного техноарта Аристарх Чернышев и Алексей Шульгин, создатель деревянных арт-объектов Андрей Новик, арт-группы «Куда бегут собаки», VALab (Владлена Громова, Артем Парамонов, Александр Журавлев) и другие.

Перед медиатором стояла задача вдохновить посетителя на собственные размышления о будущем, а что еще важнее, собственные выводы. Так, в конце прогулки по экспозиции медиатор должен был спросить одно слово, которым посетитель мог бы охарактеризовать образ будущего лично для себя. Ответы были различные: «захватывающее», «быстрое», «доступное», «комфортное», «экологичное», «зовущее», «счастливое», «технологичное» и другие. Как раз-таки в их многогранности и неповторимости и заключается определение медиации, уникальность «путешествия» каждого посетителя.

Необходимо отметить, что программа медиации всеобъемлюще зависит от ее составителя. Важнейшие размышления над вопросами медиации можно найти в статье «Зритель в экспозиции» Мартина Шерера [8]. Шерер пишет там об этапах восприятия искусства: «первый опыт, который получает посетитель, всегда непосредственно ассоциативен, а не дискурсивен... В основе — созерцание или восхищение, интеллектуальное постижение происходит позже» [8, с. 81]. Действительно, невозможно организовать диалог об искусстве без сбора первичных впечатлений. Медиатору необходимо преодолеть этот первый этап, связанный с ассоциациями, дав участникам высказаться. Только после этого этапа возможен переход на более глубокий уровень анализа.

Дополнением к этой идее может стать «лестница гражданско-го участия». Согласно этой концепции, человек проходит ряд эта-

пов, передвигаясь с одной ступеньки на другую. Коммуникация начинается со ступени «манипулирование», затем проходит через стадии «психотерапия», «информирование», «консультирование», «успокоение», «партнерство», «делегирование» и заканчивается ступенью «гражданский контроль» [9]. При таком подходе вопрос о «навязывании» посетителю некоего мнения интерпретируется как некачественная коммуникация, то есть остановка на одной из ступеней без достижения финального результата, коим является «гражданский контроль», предполагающий самостоятельность субъекта.

Когда мы говорим о взаимодействии между посетителем и научным изобретением, задача становится еще сложнее. Ведь такой экспонат требует от медиатора значительных дополнительных знаний. В рамках выставки «Будущее обыденно» этот вопрос решался через общение между медиатором и изобретателем устройства. В рамках подготовки медиаторы читали не только кураторские тексты, но и техническое описание. Конечно, этого явно недостаточно для того, чтобы начать полноценно разбираться, например, в робототехнике, но именно это и позволяет медиатору создать необходимое пространство для совместного обсуждения. Зачастую, самые «раскрывающие» посетителя диалоги происходят именно на темы, в которых и медиатор может чувствовать себя не до конца уверенным. Это позволяет выстроить горизонтальные связи взамен классической вертикальной коммуникации.

Опыт выставки «Будущее обыденно» доказывает, что медиацию с полным основанием можно считать инструментом выстраивания коммуникации не только в отношении арт-объектов, но и в отношении научных изобретений и технологий. В таком случае роль медиатора на экспозиции сводится к созданию такой среды, в которой будет возможен диалог о науке и искусстве, в результате которого у посетителей возникнет желание продолжить изучение произведений уже после окончания посещения выставки.

Библиографический список

1. **Кличук Я.** Арт-медиация после экскурсоведения // Музей и музей-щики: проблемы профессионального образования: материалы международной конференции 14–15 ноября 2014 г. – СПб.: Издательство Государственного Эрмитажа, 2015. – С. 66–70.
2. **Саймон Н.** Партиципаторный музей/ Н. Саймон. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2017. – 368 с.
3. **Бишоп К.** Искусственный ад. Партиципаторное искусство и политика зрителя / К. Бишоп. – М.: V-A-C press, 2018. – 528 с.
4. **Фрейре П.** Педагогика угнетенных / П. Фрейре: пер. с англ. И. В. Никитиной, М.И. Мальцевой-Самойлович. – М.: КоЛибри, 2018. – 288 с.
5. **Mörsch C., Fürstenberg S., Chrusciel A.** (eds.) Time for Cultural Mediation. Kulturvermittlung Schweiz. Режим доступа: <http://www.kulturvermittlung.ch/zeit-fuer-vermittlung/> (дата обращения: 19.03.22).
6. **Бирюкова М. В.** Философия кураторства. – Издательство «Дмитрий Буланин», 2018. – 336 с.
7. **Мухин А. С.** Выставка как событие vs выставка как идея. О книге Марины Бирюковой «Философия кураторства» // Международный журнал исследований культуры. – 2019. – № 2 (35). – С. 179–185.
8. **Шерер М.** Зритель в экспозиции // Вопросы музеологии. – 2013. – Вып. 1 (7). – С. 79–84.
9. **Arnstein, Sherry R.** «A Ladder of Citizen Participation», JAIP, Vol. 35, № 4, July 1969, pp. 216-224

Корносенко Екатерина Владимировна – бакалавр, кафедра «Музеология и охрана объектов природного и культурного наследия», Санкт-Петербургский Государственный университет, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: kornoskatya15@gmail.com.

УДК 94 (47)

Даниил Дмитриевич Кулярский
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ КАК УСЛОВИЕ ПОДЪЕМА И ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Аннотация. Статья посвящена вопросу технической модернизации сельского хозяйства Ленинградской области в первые послевоенные годы. В статье анализируется научно-техническая политика Советского правительства в области сельскохозяйственного машиностроения, рассматривается деятельность Ленинградского отделения Всесоюзного института механизации и электрификации сельского хозяйства, приводятся примеры внедрения в сельское хозяйство Ленинградской области новой техники, варианты ее использования, а также определяется эффективность уже имеющейся техники в специфических условиях северо-западной нечерноземной полосы. В результате исследования были определены основные мероприятия по улучшению материально-технической базы сельского хозяйства Ленинградской области, сделаны выводы об их эффективности в вопросе подъема и повышения производительности труда.

Ключевые слова: Ленинградская область, сельскохозяйственное машиностроение, научно-техническая политика, Ленинградское отделение Всесоюзного института механизации и электрификации сельского хозяйства.

Daniil D. Kulyarskii
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

ENSURING THE TECHNICAL PROGRESS OF AGRICULTURE IN THE LENINGRAD REGION AS A CONDITION FOR INCREASING LABOR PRODUCTIVITY

Abstract. The article is devoted to the issue of technical modernization of agriculture in the Leningrad region in the first post-war years. The article

analyzes the scientific and technical policy of the Soviet government in the field of agricultural engineering, examines the activities of the Leningrad branch of the All-Union Institute of Mechanization and Electrification of Agriculture, provides examples of the introduction of new equipment into agriculture in the Leningrad Region, options for its use, and also determines the effectiveness of existing equipment in specific conditions of the northwestern non-chernozem zone. As a result of the study, the main measures were identified to improve the material and technical base of agriculture in the Leningrad Region, conclusions were drawn about their effectiveness in raising and increasing labor productivity.

Keywords: Leningrad region, agricultural engineering, scientific and technical policy, Leningrad branch of the All-Union Institute of Mechanization and Electrification of Agriculture.

Как известно СССР дорого заплатил за победу в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг. Погибло более 20 млн граждан нашей страны, была уничтожена огромная часть ее производственных мощностей, очень сильно пострадало сельское хозяйство. Впереди был период восстановления, который требовалось осуществить в кратчайшие сроки. В условиях, когда на счету был каждый станок и каждый трактор, не хватало самого необходимого, в городах и селах СССР возрождалась жизнь. Одной из главных насущных проблем при этом являлось восстановление сельского хозяйства.

Уже в четвертом пятилетнем плане (1946–1950 гг.) в качестве одной из основных целей указывалось восстановление сельского хозяйства до довоенного уровня, шла речь о дальнейшем его развитии и росте объемов производимой продукции [1, с. 359]. Одним из способов достижения этой цели было названо «обеспечение дальнейшего технического прогресса во всех отраслях народного хозяйства СССР, как условие мощного подъема и повышения производительности труда, для чего необходимо не только догнать, но и превзойти в ближайшее время достижения науки за пределами СССР» [1, с. 360]. В пятом пятилетнем плане (1951–1955 гг.) акцент также делался на расширение производственных возможностей сельского хозяйства, при сохранении тенденций постоянного качественного улучшения способов и

средств осуществления сельскохозяйственных работ. Согласно государственным постановлениям, требовалось «улучшить работу совхозов и МТС на основе внедрения передовой техники и агрикультуры в сельском хозяйстве» [2, с. 678]. Таким образом, государство отводило большую роль в плане развития сельского хозяйства СССР именно науке.

Ленинградская область, как и многие другие территории нашей страны в годы войны понесла немалые потери. Часть ее районов оказалась в зоне оккупации, другие превратились в место боевых действий, многие обезлюдели. Население области сократилось примерно на треть, полностью или частично было уничтожено 3135 сел и деревень, разграблено 70% сельскохозяйственных машин и инвентаря колхозов области, уничтожено около 60% хозяйственных построек [3, с. 6]. Перед людьми стояла нелегкая задача, объединив свой труд и достижения науки и техники, возродить и развивать хозяйство области. Как и следовало ожидать, значительную роль в этих процессах играли местные условия и ресурсы, материальные и людские, разумное использование которых было одним способов преодоления последствий разрухи. Все это способствовало определенной координации действий и даже кооперации сельскохозяйственного производителя в лице коллективных хозяйств области и конкретных научных учреждений.

Уже 12 декабря 1946 года согласно распоряжению Совета Министров СССР на базе Ленинградской областной опытной станции было образовано Ленинградское отделение Всесоюзного института механизации и электрификации сельского хозяйства. Для него выделялись необходимые производственные площади, а также предоставлялась возможность проведения экспериментальных испытаний тракторов и сельскохозяйственных машин на новых хозяйствах ленинградской областной сельскохозяйственной опытной станции [3, с. 6]. Техническое оснащение ленинградской деревни в дальнейшем было тесно связано с исследованиями, которые проводились Ленинградским отделением Всесоюзного института механизации или Ленинградским филиалом электрификации сельского хозяйства.

В передовые колхозы Ленинградской области ЛОВИМом внедрялись опытные или типовые образцы различной сельскохозяйственной техники, всевозможных механизмов для сельского хозяйства с целью исследования и оценки возможностей ее использования и дальнейшего распространения на всей территории области. Так, осенью 1948 года для колхоза «Кудрово» Всеволожского района был сконструирован новый деревянный стерилизатор молока. Он был разработан сотрудником лаборатории механизации животноводства ЛОВИМа Романовским. Стерилизатор должен был способствовать увеличению срока хранения молока, а также служил для его полного обеззараживания. Как отмечали сотрудники лаборатории, стерилизатор Романовского был простым и дешевым, вполне подходил для Ленинградской области и даже мог создаваться на технической базе колхозов [4, с. 53, 67]. Еще одним интересным нововведением стал экспериментальный ветродвигатель ТВ-5 — его установили осенью 1951 года в колхозе «Ленинский путь» Волосовского района. Полевые исследования показали, что при отсутствии источника электроэнергии на селе, подобный механизм является очень удачным средством для механизации процесса водоснабжения. Была дана соответствующая рекомендация о дальнейшем использовании этого механизма в тех деревнях, которые еще не были электрифицированы [5, с. 68–69]. В условиях отсутствия электроэнергии в определенной части колхозов Ленинградской области (например, в лесных районах) считалось, что подобные агрегаты могли принести реальную пользу.

Кроме решения проблем создания и внедрения новых механизмов, ЛОВИМ занимался и вопросами повышения эффективности использования различной сельскохозяйственной техники в довольно специфических природно-климатических условиях Ленинградской области. Как показывали исследования, далеко не всегда, имеющаяся в колхозах и МТС области техника, соответствовала ее особенностям. В частности, в 1947 году было проведено исследование эффективности работы имеющихся в области комбайнов. В результате испытаний оказалось, что все имеющиеся комбайны малопригодны для работы в условиях Ленинградской

области, так как из-за большой влажности возникал эффект повышенной потери зерна [6, с. 192]. На начало 1950-х годов существовала проблема и с использованием почвообрабатывающих машин. Дело в том, что земли Ленинградской области в высокой степени засорены камнями, из-за чего механизмы почвообрабатывающей техники, не обладающие нужным уровнем прочности, натываясь на камни, часто ломались и выходили из строя [7, с. 19]. Один из самых массовых типов советских тракторов того времени — КД-35 образца 1949 года также не очень подходил к эксплуатации в условиях Ленинградской области. Он не обладал должной мощностью, расходовал большое количество горючего, и в результате имел низкий коэффициент полезного действия [8, с. 153]. Подобные примеры лишней раз подчеркивают сложность ведения сельского хозяйства на территории Ленинградской области. Многие образцы сельскохозяйственной техники в типовой модификации, не были приспособлены для работы в природно-климатических условиях региона, показывали низкий уровень эффективности и часто выходили из строя. Одной из задач ЛОВИМа стала подготовка этой техники, ее приспособление к работе в соответствии со спецификой края, разработка предложений по ее улучшению и более удачному использованию, наконец, выдача рекомендаций по ее замене.

Существовала и обратная связь между хозяйствами области и курирующими их научными организациями. Колхозы могли самостоятельно обратиться за помощью в соответствующую инстанцию института, если им требовалось что-то спроектировать или нужны были рекомендации по правильной организации работ. Так, например, в Ленинградский филиал ВИЭСХ в 1952 году обратился колхоз им. Ворошилова. Для колхоза было необходимо спроектировать кормовой цех в качестве пристройки скотному двору объемом на 100 дойных коров. Лабораторией ВИЭСХ было спроектировано размещение необходимых машин при условии проведения небольших строительных работ. Колхозу были даны рекомендации по организации трудовой деятельности, в том числе, по уходу за животными и вопросам технического обслуживания сельскохозяйственных машин [9, с. 96].

На основе всего сказанного выше мы можем сделать следующие выводы: Правительство СССР рассматривало внедрение науки в сельское хозяйство как один из основных способов увеличения его производственных мощностей и развития. Это нашло отражение в задачах на четвертый (1946–1950) и пятый (1951–1955) пятилетние планы. В целях расширения научно-производственной кооперации на территории Ленинградской области после войны создается Ленинградское отделение Всесоюзного института механизации и электрификации сельского хозяйства. На базе ЛОВИ-МиЭСХ для колхозов и МТС области создавалась новая техника, исследовались варианты использования и образцы уже имеющейся техники с целью определения эффективности их работы в условиях северо-западной нечерноземной полосы. Разрабатывались новые методы и приемы ведения сельского хозяйства, осуществлялось сотрудничество с колхозами с целью оказания последним помощи в правильной организации работы и материально-техническом развитии. Все это несомненно положительно влияло на развитие хозяйства области.

Библиографический список

1. Заседание Верховного Совета СССР (первая сессия) 12–19 июня 1950 г: Стенографический отчет. – М. : Верховный Совет СССР, 1950. – 428 с.
2. Директивы КПСС и Советского Правительства по хозяйственным вопросам. 1917–1957 гг: Сборник документов: Т. 2: 1929–1945 годы. – 1957. – 888 с.
3. **Кутузов В. А.** Возрождение земли ленинградской: Коммунисты в авангарде восстановления народного хоз-ва Ленинградской обл. в годы Великой Отечественной войны. – Л.: Лениздат, 1985. – 246 с.
4. Комплексная механизация животноводства в электрифицированном колхозе «Кудрово», Всеволожского района Ленинградской области // Центральный государственный научно-технический архив Санкт-Петербурга. – Ф. Р-114. Оп. 21. Д. 24.
5. Изучение вопросов комплексной механизации животноводства для колхозов Ленинградской области // Центральный государственный научно-технический архив Санкт-Петербурга. – Ф. Р-114. Оп. 21. Д. 33.

6. Выбор типа и создание самоходного комбайна для уборки зерновых культур в северо-западной зоне нечерноземной полосы СССР // Центральный государственный научно-технический архив Санкт-Петербурга. – Ф. Р-114. Оп. 21. Д. 234.

7. Система машин для комплексной механизации сельскохозяйственного производства // Центральный государственный научно-технический архив Санкт-Петербурга. – Ф. Р-114. Оп. 21. Д. 8.

8. Изучение динамических и экономических показателей трактора ДТ-54 и его агрегатирование в условиях северо-западной зоны СССР на основных видах сельскохозяйственных работ // Центральный государственный научно-технический архив Санкт-Петербурга. – Ф. Р-114. Оп. 21. Д. 429.

9. Отчет по оказанию научно-технической помощи колхозам Ленинградской области // Центральный государственный научно-технический архив Санкт-Петербурга. – Ф. Р-114. Оп. 21. Д. 342.

Кулярский Даниил Дмитриевич – аспирант, кафедра общественных наук, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, e-mail: dan8434@yandex.ru

УДК 94

Руслан Сергеевич Мазаев
Санкт-Петербургский государственный университет

ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО И ПРАВОВОЕ ГОСУДАРСТВО: ИДЕИ П. А. СТОЛЫПИНА И РОССИЙСКАЯ СОВРЕМЕННОСТЬ

Аннотация. Статья посвящена проблематике построения правового государства гражданского общества в России. Современные тенденции к их развитию и улучшению во многом совпадают с идеями министра внутренних дел и председателя Совета Министров П. А. Столыпина. Предполагается проанализировать предложенный реформатором путь построения правового государства и гражданского общества. Подобное обращение к прошлому во многом будет полезно для будущего России.

Ключевые слова: правовое государство, гражданское общество, П. А. Столыпин, аграрная реформа.

CIVIL SOCIETY AND THE RULE OF LAW: IDEAS OF P.A. STOLYPIN AND RUSSIAN MODERNITY

Abstract. The article is devoted to the problems of building a legal state of civil society in Russia. Modern trends towards their development and improvement largely coincide with the ideas of the Minister of Internal Affairs and Chairman of the Council of Ministers P.A. Stolypin. It is supposed to analyze the path proposed by the reformer to build a rule of law state and civil society. Such an appeal to the past will be useful in many ways for the future of Russia.

Keywords: rule of law, civil society, P.A. Stolypin, agrarian reform.

Современность как система весьма многообразна и необъятна. Она состоит из множества элементов, взаимодействующих между собой. Государство и сейчас является основным институтом этой системы. История показывает, что оно неоднократно стремилось взять власть над всем этим механизмом, подчинить себе все общество. Но в современности же мы видим воплощение идей о свободе человека и ограничении государственной власти правом. Ярким пример здесь может послужить современная Россия. В РФ существуют такие важные элементы современности как системы как правовое государство и гражданское общество. Под правовым государством понимают государство, ограниченное в своих действиях правом, подчиненное воле суверенного народа, выраженной в Конституции, и призванное обеспечить основополагающие права и свободы. Признаки его являются: верховенство права в обществе, разделение властей, взаимная ответственность государства и личности и пр. Между тем, правовое государство, как известно, тесно взаимосвязано с гражданским обществом, которое является сферой самопроявления свободных граждан и добровольно сформировавшихся организаций, огражденных соответствующими законами от прямого вмешательства и произвольной регламентации со стороны государства. В нем граждане реализуют свои частные интересы и цели, обладая естественными и неотчуждаемыми пра-

вами. Удовлетворение этих интересов возможно только во многом при существовании правового государства и приводит к возникновению связей и взаимодействий в обществе, что делает из российской современности систему.

Конечно же, в сфере построения правового государства и гражданского общества нам есть над чем еще поработать. Не все вопросы пока что решены. А как известно из истории, многие из наших современных проблем идут из прошлого, особенно обостряясь в моменты кризисных ситуаций. Именно в это непростое время наиболее обличаются насущные проблемы России и еще острее встает вопрос о дальнейшем пути построения гражданского общества и правового государства. Россия и сейчас вступила в переходный период и ей нужен ответ на вопрос: «Что делать?»

Стоит сказать, что более ста лет назад глава российского Правительства П. А. Столыпин решал ту же фундаментальную задачу, что и мы сейчас: создание правового государства и гражданского общества. К вершинам власти он пришел в момент системного кризиса. И именно ему было доверено вывести страну из столь трудного положения. Столыпиным П. А. была предложена масштабная программа преобразований, направленная на полное обновление России.

Как известно, кто не учится у истории, того она проучивает. Интересно то, что Столыпиным Петром Аркадьевичем еще в начале XX была предложена программа построения гражданского общества и правового государства, а результаты ее мы видим только сейчас. Между идеями Столыпина П. А. и современной Россией находится наше советское прошлое. История показала, что идеи его оказались жизнеспособны. Поэтому так важно обращаться к прошлому, к созданной им копилке идей, которые могут быть применены и в наши дни. Своей же задачей мы ставим проследить историю становления таких важных элементов системы современности как правовое государство и гражданское общество на примере попытки их построения в России П. А. Столыпиным. А также предполагается посмотреть их философию функционирования, которую предлагал П. А. Столыпин.

Как известно, Столыпин П.А. был главным зачинателем, реализатором, да и в целом лицом тех масштабных преобразований в России начала XX в. Поэтому воспользуемся главным образом личностными историческими источниками: интервью Столыпина Петра Аркадьевича, его речи в Государственной Думе, письмами и пр. Проанализированную информацию разберем в диахронном плане. Представим результаты исследования как анализ каждой отдельной части системы построения П. А. Столыпиным в России правового государства и гражданского общества.

В итоге мы пришли к выводу, что Столыпин П.А. хотел осуществить в России свои начинания посредством создания гражданина из крестьянина-собственника. Но проблема была в том, что многомиллионное население России того времени- крестьяне находилось в «тисках» общины. В письме Л. Н. Толстому он так писал об этом: «И теперь то же крепостное право, — за деньги Вы можете так же давить людей, как и до освобождения крестьян. Смешно говорить этим людям о свободе, или о свободах. Сначала доведите уровень их благосостояния до той, по крайней мере, наименьшей грани, где минимальное довольствие делает человека свободным. А это достижимо только при свободном приложении труда к земле, т. е. при наличии права собственности на землю» [1, с. 91-92]. Из этих слов мы видим, что на данный момент П. А. Столыпин не видел возможность дать населению многочисленные свободы. «Рабство» общины не давало в полной мере многомиллионному крестьянству воспользоваться тем, что планировал дать реформатор. Нужно было сначала сделать человека свободным, а потом даровать ему свободы. Поэтому путь к освобождению крестьян Петр Аркадьевич выбрал через коренное переустройство их быта: «Правительство... задалось задачей поднять население до возможности на деле, в действительности воспользоваться дарованными ему благами. Пока крестьянин беден, пока он не обладает личной земельной собственностью, пока он находится насильно в тисках общины, он останется рабом, и никакой писанный закон не даст ему блага гражданской свободы. Для того, чтобы воспользоваться этими благами, ведь

нужна известная, хотя бы самая малая доля состоятельности... Вот почему раньше всего и прежде всего правительство облегчает крестьянам переустройство их хозяйственного быта и улучшение его и желает из совокупности надельных земель и земель, приобретенных в правительственный фонд, создать источник личной собственности» — провозглашал П. А. Столыпин 16 ноября 1907 г. в Государственной Думе [2, с. 105]. Таким образом, Петр Аркадьевич Столыпин в первую очередь занялся аграрными преобразованиями. Именно они были той основой, на которой должна была основываться обновленная Россия: «Поэтому коренною мыслью теперешнего правительства, руководящей его идеей был всегда вопрос землеустройства. Не беспорядочная раздача земель, не успокоение бунта подачками — бунт погашается силою, а признание неприкосновенности частной собственности и, как следствие, отсюда вытекающее, создание мелкой личной земельной собственности, реальное право выхода из общины и разрешение вопросов улучшенного землепользования- вот задачи, осуществление которых правительство считало и считает вопросами бытия русской державы» [2, с. 99—100]. Во многом в первую очередь нужно было разрушить общину, чем и занялся реформатор. Этому вопросу П. А. Столыпин придавал первостепенную важность. От его решения и зависело построение обновленной общины.

В итоге же П. А. Столыпин хотел даровать населению свободы, но для этого нужно было сделать человека свободным. Как несвободный человек, стесненный общиной, может воспользоваться дарованными свободами? Никак. Поэтому путь П. А. Столыпина лежал именно через создания крестьянина-собственника. В беседе корреспондентом газеты «Волга» Петр Аркадьевич так сводит эти мысли: «Я полагаю, что прежде всего надлежит создать гражданина, крестьянина-собственника, мелкого землевладельца, и когда эта задача будет осуществлена- гражданственность сама воцарится на Руси. Сперва гражданин, а потом гражданственность» [3, с. 485]. Столыпин П. А. считал, что именно крестьянин-собственник и нужен стране. Ведь община во многом стесняла трудо-

любового крестьянина. Он бы и хотел трудиться, но постоянные переделы земли и малоземелье отбивали всякое желание. Поэтому и была сделана ставка на разрушение общины и дарование крестьянину земли. В конечном счете он должен был сделаться кузнецом своего счастья, но для этого нужна была помощь государства, которая и пришла в лице П. А. Столыпина.

В целом же, после создания крестьянина-собственника Столыпин Петра Аркадьевич и намеревался начать строить правовое государство и гражданское общество. Как мы увидели ранее, именно из крестьянина-собственника должен был создасться гражданин, человек способный нести возложенные на него обязанности и владеть дарованными ему правами, что и хотел сделать П. А. Столыпин. Становление гражданина и создание возможности каждому владеть частной собственностью способствовало бы защите частных интересов. Ведь когда у человека есть земля, то ему есть что защищать и за что бороться. А именно защита частных интересов лежит в основе формирования гражданского общества. Но вся суть заключается в том, что гражданское общество и правовое государство тесно взаимосвязаны. Сложный характер этих взаимосвязей заключается в том, что без гражданского общества нет правового государства, а без правового государства нельзя в полной мере построить гражданское общество. Поэтому чтобы дать населению права и свободы, что будет способствовать формированию и правового государства, и гражданского общества сначала надо было человека сделать свободным о стесняемой его кабалы общины, чем и занялся П. А. Столыпин. Когда же крестьянин-собственник будет создан, то план Петра Аркадьевича пойдет дальше. В своей речи в Государственной Думе от 16 ноября 1907 г. Столыпин П. А. говорит именно о том, что на основании аграрных преобразований правительство начнет переустраивать местное самоуправление, будет развивать просвещение, проведет ряд социальных реформ и пр. [2, с. 100] Но чтобы этими важными элементами гражданской жизни можно было в полной мере воспользоваться нужен гражданин, которому Столыпин П. А. и хотел дать различные свободы: свобода

вероисповедания, право на неприкосновенность личности, право на гражданское равноправие и пр. [4, с. 31] В итоге же, именно этим путем Столыпин П. А. и планировал провести масштабное реформирование государства и дать населению права и свободы, что в итоге должно было привести к созданию правового государства и гражданского общества: «В основу тех правительственных законопроектов, которые министерство вносит ныне в Думу, положена поэтому одна общая руководящая мысль, которую правительство будет проводить во всей последующей деятельности. Мысль эта – создать те материальные нормы, в которые должны воплотиться новые правоотношения, вытекающие из всех реформ последующего времени. Преобразованное по воле Монарха отечество должно превратиться в государство правовое...» – провозглашал Столыпин П. А. 6 марта 1907 г. в Государственной Думе [4, с. 33].

Таким образом, пути создания правового государства и гражданского общества у Столыпина П. А. тесно взаимосвязаны. Аграрные преобразования во многом должны были создать из крестьян граждан, а также стать основой для будущих реформ с целью создания правового государства и гражданского общества. Именно таким и был путь, намеченный Петром Аркадьевичем Столыпиным. Но история не дала на него время. П. А. Столыпина убили в 1911 г., а в 1917 г. Россию настигла гроза революции. Но идеи его не умерли и продолжают жить в современной России. Поэтому весьма важно обращаться к его наследию.

Библиографический список

1. **Лев Николаевич Толстой** : Юбилейный сборник / Собрал и редактировал Н. Н. Гусев. – Москва ; Ленинград : Гос. изд-во, 1928 (тип. 8-я Мосполиграфа). – 440 с.
2. **Столыпин, Петр Аркадьевич**. Нам нужна Великая Россия... [Текст] : полное собрание речей П. А. Столыпина в Государственной думе и Государственном совете, 1906 – 1911 гг. / П. А. Столыпин; [предисл. К. Ф. Шацилло], 1991. – 416 с.

3. П. А. Столыпин. Грани таланта политика [Текст] : [документы и материалы] / Фонд изучения П. А. Столыпина, Рос. гос. ист. архив, 2006. – 623 с.

4. П. А. Столыпин. Программа реформ [Текст] : документы и материалы / Фонд изучения наследия П. А. Столыпина, Рос. гос. ист. архив; [под общ. ред. П. А. Пожигайло]. Т. 1, 2011. – 764 с.

5. Столыпин, Петр Аркадьевич. Биохроника [Текст] : научное издание / П. А. Столыпин, 2006. – 375 с.

Мазаев Руслан Сергеевич – студент 1 курса бакалавриата, кафедра «Истории России с древнейших времен до XX века», Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: ruslan.mazaev2017@yandex.ru.

УДК 79

Дмитрий Игоревич Олейников
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

КАК ПУГАЮТ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ В ЖАНРЕ HORROR

Аннотация. Статья посвящена аналитике компьютерных игр в жанре horror и его поджанрах, установлению средств устрашения играющего. Обнаружены закономерности в создании игр: 39% использовали антагониста-нежить, как того, кто превосходит игрового персонажа по силе и возможностям. В 39% случаев внешность врага – матунт, что вызывает чувство отвращения. С точки зрения логики игры, в 52% случаев антагонист появляется по скрипту или в определенный задуманный момент, в 86% игр активно используется темнота, как средство напугать при помощи никтофобии, в 66% случаев целью антагониста является убийство игрового персонажа. В 42% игр основной способ защиты от врага – бегство, в процессе которого поддерживается чувство паники. В 67% случаев действия игры происходят в закрытой локации или здании, для созданий условий изоляции игрока.

Ключевые слова: компьютерные игры, жанр, хоррор, ужасы, страх.

Dmitriy I. Oleynikov

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

HOW DO HORROR COMPUTER GAMES SCARE THE PLAYER

Abstract. The article is devoted to the analysis of computer games in the horror genre and its subgenres, to identification of methods of intimidation of the player. Patterns found in game creation: 39% used an undead antagonist as someone who surpasses the playable character in terms of strength and capabilities. In 39% of cases, the appearance of the enemy is a mutant, which is a call to a feeling of disgust. From the point of view of game logic, in 52% of cases the antagonist of activation occurs according to the scenario or in the certain moment, in 86% of games the darkness is actively used as a means of scaring with the help of a nyctophobia, in 66% of cases the antagonist is aimed to kill protagonist. In 42% of games, the main method of defense against the enemy is flight, during which the feeling of fear is maintained. In 67% of cases, the games took place in a closed location or building, to create the atmosphere of the player isolation.

Keywords: computer games, genre, horror, terror, horrors, death, fear, horror game, horror, gaming.

В начале XX века в литературе возник спрос на жанр «ужасов», а благодаря популярности, в конце того же века ужасы заняли весомую долю и в кинопрокате. Сам жанр призван устрашить, напугать, шокировать или вызвать отвращение у наблюдателя. В настоящее время к книгам, кино присоединились компьютерные игры, как новое средство вызвать чувство страха. Аналогично фильмам, они не заменили предшественников, однако расширили возможности и инструменты данной категории в индустрии развлечений, от простого показа на экране до включения потребителя в сам процесс. Как отмечает Акихиро Имамура, разработчик хоррора Silent Hill, в повседневной жизни человек редко испытывает страх, и цель игры вызвать эту эмоцию [1]. Павлов обращает внимание на существующее в литературе разделение эмоции на две: страх (террор) и ужас (хоррор), и если первая касается души и пробуждает чувства и волю жизни, то вторая сковывает, замораживает

и практически уничтожает чувства [2]. Хотя страх считается отрицательной эмоцией, исследователи утверждают, что возможность контролировать ситуацию (то есть в любой момент выйти из игровой ситуации) позволяет наслаждаться широким спектром переживаний, даже считающимися «неприятными» и доставляет эстетическое наслаждение [1]. Способность компьютерной игры погружать человека в специфическое состояние является предметом разнообразных исследований [3–5]. В то же время вызывает интерес, каким образом в современном цифровом пространстве достигается состояние ужаса, который может рассматриваться согласно Д. Хамис как онтологический распад субъекта [6].

Были проанализированы методы устрашения, структура пугающей составляющей компьютерных игр, и приведена процентная статистика на основе анализа 102 игр в жанре *Horror* и его поджанрах *Survival Horror*, *Indie Horror*.

Проанализирована распространенность различных типов врагов. К примеру, в фильмах «Звонок» (2002) использовали призрака, а в сериале «Ходячие мертвецы» — зомби. Данная категория злодеев классифицирована в анализе как «нежить». Этот обобщенный класс распространен в 39% игр: из которых 24% составляют призраки, а 15% зомби. Меньшие процентные значения приходятся на класс «человек. Человек, как антагонист, представлен в 22% игр. Эти дольные значения включают в себя 13% маньяков, т. е. людей, одержимых манией причинить насильственный вред протагонисту. И 9% врагов-людей с различными психическими расстройствами, которые не одержимы манией, но представляют угрозу для играющего. К примеру, в играх серии «*Outlast*» устрашают своей непредсказуемостью пациенты психиатрической лечебницы с больным рассудком, и могут проявлять агрессию к протагонисту. Далее, 19% антагонистов составляют «полиморфы», 16% из них это монстры с разнообразной формой тела, или способные изменять эту форму, зачастую не подобные ни человеку, ни зверю. Из них 3% инопланетные существа, не подобные ни тем, ни другим также относятся к этой категории врагов. Примеры: некроморф из серии игр *Dead Space*, или ксеноморф из *Alien: Isolation*. Вдвое

меньшая доля из приведенной статистики по разновидностям антагонистов приходится на «детские игрушки» с 8%, они же есть куклы, роботизированные куклы, и прочие разновидности игрушек с антропоморфным поведением. А наименьшее распространение поровну имеют 6% «зооморфы», куда относятся классические звероподобные существа, вроде вервольфов, оборотней, или другие гигантские звери и насекомые, нередко совмещенные по биологическому типу с человеком. И 6% это галлюцинации протагониста, которые предназначены выглядеть жутко для игрока. К таковым следует отнести различные миражи, резкую смену окружения перед глазами игрока, прочие видения и бред, которые воспроизводит сам протагонист по различным причинам.

Самый распространенный тип — неживые, которые уже не могут умереть: призраки не подвержены физическому воздействию — пули из огнестрельного оружия пройдут насквозь, а зомби может регенерировать повреждения или продолжать жизнедеятельность и враждебность даже после лишения конечностей. Игроки в таких типах игр вынуждены прибегать к элементам скрытности, т. к. зачастую они беззащитны в игровом плане. Протагонисту приходится иметь дело с условной убийцей с ножом, то у игрока при таком раскладе ножа не будет, и он будет беззащитен, относительно главной опасности. Полиморфные создания часто превосходят по размеру протагонистов, создавая для играющего условия ощущения намного слабее по сравнению с врагами.

В зависимости от игры, внешние характеристики каждого отдельного обобщенного класса антагонистов изменяются. Статистика говорит о том, что разные типы врагов могут иметь одни общие внешние признаки, и наоборот. Так, в 39% игр антагонист имеет внешние признаки «мутантов». Их признаки разделяют как полиморфы, так и нежить с людьми. Последние двое из этих типов имеют гибкость во внешнем представлении, и могут быть представлены как более человеческий, так и более мутировавший, с наибольшим количеством видоизменений. Сюда попали жертвы экспериментов из *Outlast*, зараженные вирусом из *Resident Evil*, монстры из серии популярных инди-хоррор игр *Silent Hill*, *Penumbra*, *Amnesia*. Сум-

мируа вышесказанное, видоизмененные антропоморфные создания действительно пугают своим отторгающим внешним видом и тем, насколько сильно искажение отличает их от человеческого облика. Как было дано в определении жанра «Игра ужасов», вызвать отвращение — является одной из базовых целей такого продукта. В 23% игр антагонист имеет внешность женщины. Преимущественно такая характеристика присуща классу нежить, а именно призракам. Обнаружены и женщины как класс простых людей, но женственность в бессмертном теле пугает чаще и больше.

Фактор неожиданности играет важную роль в составлении общего эмоционального впечатления потребителя от игры ужаса. Проанализировав центральную часть — антагонистов, необходимо определить методы их введения в игру и при каких обстоятельствах игрок их встретит. Больше всего игрок встречает врага по скрипту, в 52% игр — это условие, выполнение которого в игровом плане вызывает появление врага. Например, если игрок зашел в гостиную особняка, то должна появиться хозяйка-антагонист и испугать игрока резким появлением. Или если игрок дошел до определенной точки в сюжете, то запускается ивент, в котором на него неожиданно нападет какой-либо враг.

Прямая встреча с антагонистом не является единственным средством устрашения игрока. Дизайнеры компьютерных игр отводят большую роль антуражу, который должен вызывать отвращение, дискомфорт, и прочие чувства, характерные для этого жанра. К примеру, делается упор на гнетущую, жуткую атмосферу в играх, под эту обобщенную группу попадают такие устрашающие средства, как: давление на страх темноты в 86% игр, в 34% окружает игрока кровь, кровавые следы и подобное. В 29% игр антагонист находится в постоянных поисках протагониста, в 19% игр встречаются записки, объясняющие жуткие события, происходящие в сюжете игры. Следующая группа средств, это средства неожиданности. В 67% игр присутствуют «скримеры», в 19% на игрока неожиданно нападут, в 8% игр неожиданно поменяют расположение неодушевленные предметы. И в последней категории присутствуют средства, наводящие паническое состояние на игрока. В 37%

игр за игроком будут гнаться антагонисты. В 18% игроку будут угрожать надписями на стене, в 16% будут находиться трупы людей, подобных протагонисту. Все три направления активно применяются в играх, совмещаясь в различных пропорциях, чтобы со всех сторон создать качественную пугающую атмосферу.

Помимо внешнего вида, пугают действия антагониста, которые разнятся в зависимости от игры. Есть летальные исходы от встречи с антагонистом, есть нелетальные. К первым относится мгновенная смерть от встречи в 66% игр, в 7% заражение вирусом, к примеру Т-Вирус из серии Resident Evil, и поедание протагониста в 1% игр. Нелетальные исходы — в 13% игрока собираются просто напугать, в 10% игр враг стремится запереть игрока, ограничить его передвижение, пленить. В 3% прогнать его с места обитания.

Присутствует тенденция к выбору закрытых локаций, таких как дом в 18% случаев, в 18% особняк, в 9% подземелье, в 6% психиатрические больницы, в 5% квартиры, в 4% космические корабли, 2% обычные морские корабли, в 2% лаборатория, в 2% школа и 1% морг. Их объединяет то, что помещения замкнуты, и создается условие изоляции игрока в условных четырех стенах. Также, в замкнутых помещениях легче достигается давление на страх темноты, например, в темных комнатах без света. И открытые локации: в 14% игр место действия — город, в 8% деревня, в 8% зона развлечений, вроде парка аттракционов, в 2% на дне океана. Открытые локации не бесконечны, но больше, чем закрытые помещения. В городе чаще всего происходят игры с антуражем пост-апокалипсиса, такие как серии Dying Light, The Last of Us, и прочие, где необходимо игрокам противодействовать врагам открыто.

Для жанра хоррор-игр характерным является нагнетание атмосферы страха и тревоги, и для того, чтобы понять, как пугают игры, были установлены наиболее распространенные средства реализации: в 39% игр враг — нежить, в 39% имеет внешние мутационные признаки, в 52% игр появляется перед игроком при выполнении особых условий — игрового скрипта, в 86% игр для поддержания атмосферы воздействуют на страх темноты, в 66% игр антагонист стремится убить протагониста, в 42% предоставляется

возможность убежать, в 67% игр действия разворачиваются в закрытых локациях и помещениях. Распространенность конкретных средств устрашения свидетельствует о том, что игры пугают именно так: страх перед неживой угрозой, убить которую игроку не представляется возможным, делая его беззащитным. Внешность делает упор на чувстве отвращения, а момент появления антагониста выбран самый подходящий и неслучайный. Делается большой упор на страх темноты, как очень распространенный, и для нагнетания чувства паники протагониста убивают, если тот не приложит усилия к побегу. Закрытые локации свидетельствуют о создании ощущения изоляции и замкнутости в закрытом помещении. Таким образом анализ игр показывает, что способствует погружению современного человека в состояние страха как специфической эмоции, выходящей за рамки обыденности.

Библиографический список

1. «Логос». 2019. № 5(29). С. 135–150. 1. **Перрон Б.** Silent Hill. Навстречу ужасу. Игры и теория страха. М. : Эксмо, 2021.
2. **Павлов А.** Что мы делаем в темноте: хоррор и геймплей // Философия. Журнал Высшей школы экономики. 2021. № 3(5). С. 324–345. DOI:10.17323/2587-8719-2021-3-324-345.
3. **Шевцов К.** Компьютерные игры как предмет философского анализа // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2018. № 1(32). С. 98–103.
4. **Быльева Д. С., Лобатюк В. В.** Игра в современном мире: социально-философский анализ // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2019. № 3(10). С. 16–27. DOI:10.18721/JHSS.10302.
5. **Покровская Н. Н., Тюлин А. В.** Психологические вопросы формирования регулятивных механизмов в цифровой среде // Technology and Language. 2021. № 2(2). С. 106–125. DOI:https://doi.org/10.48417/technolang.2021.02.11.
6. **Хамис Д.** Исследование ужаса // Философско-литературный журнал.

Олейников Дмитрий Игоревич – бакалавр; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: olejnikov.d@edu.spbstu.ru.

УДК 0.93

Александр Сергеевич Прищепа
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

СОТРУДНИЧЕСТВО ЛЕНИНГРАДСКИХ «РАБОЧИХ-ПРАКТИКОВ» С «ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКИМИ РАБОТНИКАМИ-ТЕОРЕТИКАМИ» (ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ 1940-х–1950-х гг.)

Аннотация. Важным стимулом в развитии городской индустриальной системы стало творческое содружество между работниками науки и производства. Ленинградские рабочие кадры активно принимали производственные обязательства, направленные на превращение региона в один из важнейших центров технического прогресса страны. Сотрудники предприятий ставили задачи по всемерному улучшению организации производства и более полному использованию внутренних резервов, усилению пропаганды в области научных достижений и новаторских приемов труда. Ученые и производственные специалисты понимали, что важно не просто наладить работу, а необходимо изначально обновить и модернизировать разрушенное, старое оборудование, объединяя практические умения и навыки с теоретическими и научными основами.

Ключевые слова: Ленинград; рабочие, инженеры, производство, наука, техника.

Alexander S. Prischepa
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

COOPERATION OF LENINGRAD «WORKERS-PRACTITIONERS» WITH «ENGINEERING AND TECHNICAL WORKERS-THEORETICS» (IN THE SECOND HALF OF THE 1940s–1950s)

Abstract. An important stimulus in the development of the urban industrial system was the creative community between workers in science and production. The Leningrad working cadres actively assumed production obligations aimed

at turning the region into one of the most important centers of the country's technical progress. Employees of enterprises set the task of improving the organization of production in every possible way and making fuller use of internal reserves, strengthening propaganda in the field of scientific achievements and innovative methods of work.

Scientists and production specialists understood that it was important not just to get the job done, but it was necessary to initially update and modernize the destroyed, old equipment, combining practical skills with theoretical and scientific foundations.

Keywords: Leningrad; workers; engineers; production; science; technology.

Благодаря сплочению теоретических и практических знаний, науки и производства, упорству граждан можно было достигнуть высоких производственных и целевых показателей, требуемых руководством страны.

Интеллектуальный труд, прежде всего, предполагает работу с информацией, включая анализ, сопоставление, сравнение, обобщение деятельности. От рабочего требовалось не только осознанное (опосредованное знание – *А. П.*) восприятие информации, но и осознание его интеллектуальной деятельности, воплощенное на практическом примере.

Начиная с марта 1949 г., газета «Правда» на своих страницах регулярно публиковала письма научных работников ведущих ленинградских вузов, которые призывали вступать в творческий союз с представителями промышленно-производственного персонала [1, с. 1–3].

Первыми откликнулись сотрудники Ленинградского политехнического института (ЛПИ), Технологического института, Инженерно-экономического института, а также городские филиалы научных организаций. Коллективы поддержали данную инициативу, которая была направлена не только на внедрение новых разработок, но и на сплочение науки и производства [2, с. 235–236].

Это начинание вылилось в реальные цифры. Так, сотрудники и студенты ЛПИ из 59 кафедр в 1949 г. заключили 85 договоров, а к началу 1950 г. договоры были заключены со 120 с предприятиями города [3, с. 11–12].

Необходимость разработки новых методик для решения технических проблем в индустрии, связанных с использованием достижений в науке и в промышленности, обусловила создание в Ленинграде в 1948–1949 гг. сети филиалов ряда научных организаций. Примером служат Отделения (лаборатории – *А. П.*) технических наук АН СССР, в которых открывались практические лаборатории.

Лаборатория высокочастотной электротермии при Энергетическом институте им. Г. М. Кржижановского (ЭНИН) проводила исследования принципов использования электромагнитной энергии высокой частоты для промышленных целей (новых методов плавки, пайки,ковки, сварки, закалки и упрочнения металлов – *А. П.*) [4, с. 153]. В дальнейшем ее интегрировали в состав Физико-технического института АН СССР, а на базе Лаборатории ЭНИН к середине 1950-х гг. под руководством академика М. П. Костенко сложился Институт электромеханики (ИЭМ). Коллектив института в содружестве с представителями других научных организаций и предприятий электротехнической отрасли сконцентрировал внимание на исследовании проблем динамики мощных энергосистем, моделировании установок и линий высокого напряжения. К этому же относилась разработка теории систем автоматического регулирования и управления, необходимого для электромашиностроения [5, с. 169]. Данными работами руководил академик АН СССР М. П. Костенко, который являлся основоположником научных исследований в области крупного электромашиностроения [6, с. 67–74].

Практическое значение для развития технического прогресса имело широкое участие ученых в работе технических советов предприятий. Например, в технический совет завода «Электросила» вошли профессора А. Е. Алексеев, Д. А. Завалишин, М. П. Костенко (в дальнейшем ставшие членами Академии наук СССР – *А. П.*). В работе Технического совета ЛМЗ им. XXII съезда КПСС принимали участие представители шестнадцати НИИ и вузов города.

Если в конце 1940-х гг. работа специалиста-наладчика заключалась исключительно в механической (ручной) настройке обору-

дования, то уже к концу 1950-х гг. она включала в себя внесение точных настроек и изменений согласно корректировкам, требуемых в ходе выполнения тех или иных производственных операций.

Содержание труда инженерного состава менялось с течением времени. В 1940-е гг. специалист участвовал в распределении обязанностей по цеху среди рабочих, а в 1950-е гг. он выступал в роли модератора комплексного объема выполняемых работ, проводимых на производственном участке. Например, он участвовал в проведении сложных пуско-наладочных работ, разрабатывал комплексные приемы по оптимизации труда, осуществлял поиск новых решений по выполняемым тем или иным задачам.

Так, на Ленинградском кожевенном заводе «Марксист» большинство ручных работ трудно поддавалось механизации. В первую очередь это было связано с передачей полуфабриката, обуславливающей выгрузку и загрузку сырья из одной аппаратуры в другую. Особенно тяжелой и трудоемкой являлась работа по замене чанов барабанами, а также деятельность по разгрузке и транспортировке барабанов для кожевенных станков. Руководство завода настоятельно требовало от ИТР и конструкторов завода максимально механизировать данный вид трудовой деятельности. В этом направлении начал работать инженер-конструктор кожевенного комбината А. В. Андреев. Он предложил заменить барабаны проходным секционным аппаратом совершенно новой конструкции. Первый такой секционный аппарат построили в 1949 г. на кожкомбинате «Марксист» для операции отмоки и зольения [7, с. 113]. Суть нового секционного аппарата инженера А. В. Андреева состояла в механизации процесса по загрузке и выгрузке кож.

Первое оборудование по предложению инженера Андреева, был сделан еще в 1947 г. Этот аппарат работал только на операциях отмоки, зольения и послужил основой для дальнейшего развертывания работ по использованию секционных аппаратов на других физико-химических процессах [7, с. 113–114].

Для того, чтобы ускорить процесс сушки на производстве и усовершенствовать конструкцию сушилок, было проведено много исследований и сконструировано несколько типов сушилок силами

сотрудников Гипролегпрома для кожевенных заводов. Но лучшим экземпляром стал сушильный аппарат Пересадына, предназначенный для всех видов кожтоваров, в том числе и тяжелых.

Одной из характерных особенностей развития творческого сотрудничества ученых с работниками производства являлся географический охват исследований и внедрений наработок. Научные учреждения и вузы Ленинграда были связаны с предприятиями и научными организациями почти всего Советского Союза. Так, например, Горный институт в 1958 г. оказывал техническую помощь 17 иногородним совнархозам, а в 1962 г. принимал участие в 400 научно-исследовательских работах.

Более половины разработок и научных изысканий, проводившихся в 1959 г. в ЛПИ, предназначались для предприятий и учреждений, находившихся за пределами региона. Только сотрудники лаборатории, действовавшей при Институте полупроводников Академии наук СССР в Ленинграде в 1958 г., выполнили работы по трем договорам, заключенным с научно-исследовательскими институтами Москвы и Московским заводом «Динамо».

Со временем совокупный объем хоздоговорных работ непрерывно рос. Например, в Электротехническом институте связи имени М.А. Бонч-Бруевича с 1953 по 1965 гг. объем выполняемых работ увеличился почти в пять раз [8, с. 353].

В заключении автором отмечает, что приведенные данные показывают нам, что научное сообщество Ленинграда активно сотрудничало в области научно-технических разработок с индустриальными объединениями других городов. Благодаря союзу профессиональных кадров на предприятии с учеными из профильных ведомств, стало возможным сократить сроки внедрения в производство передовой техники, вносить конструктивные изменения в технологический процесс.

Библиографический список

1. Прищепа А. С. Научный кадровый и индустриальный потенциал Ленинграда (1950–1960-е гг.) // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2019. № 6 (24). С. 1–3.

2. История петербургской интеллигенции: монография / А.А. Оводенко, Е.Э. Платова, В.В. Фортунатов. СПб.: Политехника, 2013. С. 235–236.

3. Технологический институт к 40-летию Великого Октября. Труды ЛТИ им. Ленсовета. 1958. вып. XLV, С. 11–12.

4. **Кольцов А. В.** Очерки истории организации науки в Ленинграде, 1703–1977. Л.: Наука, 1980. 314 с.

5. **Князев Г. А., Кольцов А. В.** Краткий очерк истории Академии наук СССР. М.; Л.: Наука, 1964. С. 169.

6. **Глебов И. А.** Михаил Костенко // Российская наука в лицах. М.: Academia, 2003. Кн. 2. С. 67–74.

7. Кожевенно-обувная промышленность. Л.: Сельхозгиз, 1957. С. 113.

8. Очерки истории Ленинграда. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1955–1970, 1970. С. 353.

Прищепа Александр Сергеевич – старший преподаватель кафедры Общественных наук, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: a.prischepa@list.ru.

УДК 1.13.130.2

Карина Мишаевна Рецова
Южный федеральный университет

ПОСТПОСТМОДЕРНИЗМ: НОВЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ КОНЦЕПЦИИ

Аннотация. В социальной философии и культурологии сегодня активно обсуждается вопрос о том, закончена ли эпоха постмодерна и какая парадигма пришла ей на смену. Смысл этих исследований заключается не в поиске одного универсального термина, а в рассмотрении и систематизации культурных, социальных и мировоззренческих изменений последних двух десятилетий. Работы западных авторов на эту тему мало исследованы, российская гуманитарная мысль не обогащается новыми трактовками современного состояния культуры. Цель исследования – дать краткий обзор наиболее значимых из концепций состояния культуры и общества, пришедших на смену постмодерну. Работа открывает новые языки описания для всех, кто занимается исследованиями в области социальной философии, культурологии и социологии.

Ключевые слова: метамодерн, гипермодернизм, трансмодернизм, автомодернизм, диджимодернизм.

Karina M. Retsova
Southern Federal University

POST-POSTMODERNISM: NEW SOCIOCULTURAL CONCEPTS

Abstract. In social philosophy and cultural studies, the question of whether the postmodern era has ended and what paradigm has come to replace it is being discussed today. The meaning of these studies is to consider cultural and worldview changes. The works of Western authors on this topic have been little studied. The purpose of the study is a brief overview of the most significant of the modern concepts of the state of culture and society. The work opens up new languages of description for all those involved in research in the field of social philosophy, cultural studies and sociology.

Keywords: metamodernism, hypermodernism, transmodernism, automodernism, digimodernism.

Темой данного исследования являются разнообразные концепции, претендующие называться адекватным языками описания современного социокультурного состояния и отражающие его эстетические представления. Их объединяет то, что все они возникли как реакция на воображаемый или реальный конец эпохи постмодерна. Цель исследования состоит в том, чтобы дать краткий обзор наиболее значимых из этих концепций. Для тех, кто занимается исследованиями в области социальной философии, культурологии и социологии, они представляют существенную научную ценность. В статье будут рассмотрены четыре концепции. Последовательность рассмотрения соответствует времени появления.

Начнем с термина «гипермодерн». Впервые он был предложен для объяснения современного культурного состояния французским этнографом Марком Оже. В 1992 году он издал книгу «Несты. Введение в антропологию гипермодерна», которая была

переведена на русский язык только в 2017 году. Главная характеристика современности, по Оже, это переизбыток: перенасыщение времени событиями, переход пространства из локального в глобальное и избыточное сосредоточение индивида на своем «я». Эти процессы приводят к умножению того, что Оже называет «не-места» — это сооружения, обеспечиваю ускоренный круговорот грузов и пассажиров, торговые центры и места долговременного пребывания, приютившие «беженцев нашей планеты» [1, с.136].

Более широкую известность получило использование термина «гипермодерн» французским философом, писателем и социологом Жилем Липовецки. В соавторстве с философом С. Шарлем в 2004 году он издал работу «Время гипермодерна» [2], которая через год была переведена на английский язык. Гиперпотребление и гипермодернистская личность — признаки того, что мы вступили в новую фазу «гипермодернизма». Гиперпотребление поглощает и интегрирует все больше сфер социальной жизни и побуждает людей потреблять для личного удовольствия, а не для повышения своего социального статуса. Гипермодернистский индивид ориентирован на удовольствие и гедонизм, но одновременно с этим полон напряжения и беспокойства, возникающих в жизни, лишенной традиций и определенного будущего. Больше нет систем убеждений, к которым можно обратиться за уверенностью. Субъект стал заменен функциями объекта. Технология сближается с биологией, а информация с материей.

Еще одна альтернативная постмодернизму концепция получила название «автомодернизм». Это определение использовал американский социальный теоретик Роберт Сэмюэлс. Известность получила его работа «Автомодерн после постмодернизма: автономия и автоматизация в культуре, технологиях и образовании» [3]. Автор утверждает, мы вступили в новую эру истории культуры, в которой доминирует парадоксальное сочетание социальной автоматизации и индивидуальной автономии. Используя термин «автомодерн» для описания этой новой культурной стадии, он показывает недостатки предыдущих теорий современного общества. Сэмю-

элс обращает внимание на то, что мы больше не можем использовать постмодернистский дискурс для анализа явлений, которые сегодня принципиально изменились — новые медиа и технологии. Мы вступили в период автомодернизма, и ключом к этой культурной эпохе является сочетание технологической автоматизации и человеческой автономии [3, с. 219].

О конце постмодернизма в 2006 году в своем эссе «Смерть постмодернизма и за ее пределами» [4] сказал британский исследователь литературы и культуры Алан Кирби. В нем он утверждает, что постмодернизм мертв и похоронен. На смену ему приходит новая парадигма власти и знаний, сформированная под давлением новых технологий и современных социальных сил. Начиная с конца 1990-х-начала 2000-х термины, в соответствии с которыми воспринимаются власть, знание, самость, реальность и время, были изменены внезапно и навсегда; природа автора, читателя и текста, а также отношения между ними с появлением новых технологий кардинально реструктурировались. Современный период он называет «псевдомодернизмом» и среди его ключевых характеристик выделяет физическое вмешательство индивида в культурные продукты, технические средства, с помощью которых человек создает культурный контент и отсутствие культурной памяти. Постмодернистскую иронию теперь заменяет транс — состояние поглощенности деятельностью. Вместо невроза модернизма и нарциссизма постмодернизма псевдомодернизм создает новое невесомое «нигде» безмолвного аутизма [4].

В своей следующей работе — книге «Диджимодернизм: как новые технологии разрушают постмодерн и перестраивают нашу культуру» [5] Кирби меняет термин «псевдомодернизм» на «диджимодернизм», еще более подчеркивая доминирующую роль тотальной цифровизации. Автор анализирует Интернет, телевидение, медиа, кино, компьютерные игры, музыку и т.д. через проявление в них нового культурного ландшафта. В 2015 году в сборнике «Планетарный поворот: взаимосвязь и геоэстетика в XXI веке» была опубликована статья Кирби «Возможность кибер-безместности: диджимодернизм на планетарной платформе», где он

рассматривает диджимодернистскую тенденцию к делокализации [5, с. 86].

В 2010 году в качестве описания современности возник еще один термин, который в своем эссе «Заметки о метамодернизме» [6] ввели голландский философ Робин ван ден Аккер и норвежский теоретик медиа Тимотеус Вермюлен. В нем они определяют метамодерн как структуру, которая характеризуется раскачиванием между типично модернистской приверженностью и отличительно постмодернистской отчужденностью [6]. В этом эссе авторы делают краткий критический обзор предшествующих концепций постпостмодернистской эпохи и обосновывают свою. Среди основных терминов, описывающих метамодерн — осцилляция, атопический метаксис, современная эстетика, неоромантическая чувственность.

В 2017 году ван ден Аккер и Вермюлен выпускают сборник статей различных авторов «Метамодернизм. Историчность, аффект и глубина после постмодернизма» [7], исследующих понятие метамодернизм в различных областях искусства и культуры. Отдельные главы посвящены метамодернизму в кино, литературе, телевидении, искусстве и политике. Общая картина представляет метамодернизм не столько как философию, сколько как попытку создать общедоступный дискурс, который может описать и объяснить то, что сегодня происходит вокруг нас.

Заключение. Ни одна из представленных концепций не является полностью охватывающей область современных изменений. Каждая из них фокусируется на своих ключевых темах и имеет безусловную ценность и эвристический потенциал. Наиболее рабочей концепцией на сегодня видится метамодернизм. Это направление активно развивается и охватывает новые аналитические горизонты.

Библиографический список

1. **Оже, М.** Не-места. 2017. Введение в антропологию гипермодерна. М.: Новое литературное обозрение, 136 с.
2. **Lipovetsky G., Sebastien C.** 2005. *Hypermodern Times*. Cambridge: Polity Press, 150 p.

3. **Samuels R.** 2008. *Auto-Modernity After Postmodernism: Autonomy and Automation in Culture, Technology, and Education // Digital Youth, Innovation, and the Unexpected / T. McPherson (ed.)*. Cambridge, MA: MIT Press.

4. **Kirby A.** 2006. *The Death of Postmodernism And Beyond*. // *Philosophy Now*. URL: https://philosophynow.org/issues/58/The_Death_of_Postmodernism_And_Beyond (дата обращения: 18.01.2022).

5. **Kirby A.** 2009. *Digimodernism: How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. N.Y. Continuum, 288 p.

6. **Ван дер Аккер Р.** Заметки о метамодернизме. *Metamodern*. URL: <http://metamodernizm.ru/notes-on-metamodernism/> (дата обращения: 27.01.2022).

7. **Ван ден Аккер Р.** 2020. *Метамодернизм. Историчность, аффект и глубина после постмодернизма*. М., РИПОЛ классик, 342 с.

Рецова Карина Мишаевна — аспирант, кафедра «Социальная философия», ЮФУ, Институт философии и социально-политических наук, Ростов-на-Дону. E-mail: karinarecova@gmail.com, +7(961)289-73-71.

УДК 372.881.161.1

Татьяна Владимировна Хузятуллина
Педагогический институт Тихоокеанского
Государственного Университета

ОБУЧЕНИЕ ЧИСТОПИСАНИЮ В РУССКОЙ КЛАССИЧЕСКОЙ ШКОЛЕ (НА ПРИМЕРЕ Г. ХАБАРОВСКА)

Аннотация. В данной статье рассматривается важный вопрос современной методической науки — обучение чистописанию младших школьников (на примере работы в Русской Классической Школе г. Хабаровска). Представлены основные этапы и особенности обучения чистописанию, обоснованы важность формирования хорошего почерка, преимущества методики Русской Классической Школы для учащихся.

Ключевые слова: чистописание, начальная школа, подготовка к обучению, этапы обучения письму, методика К. Д. Ушинского.

TEACHING PENMANSHIP IN A RUSSIAN CLASSICAL SCHOOL

Abstract. This article discusses the teaching of penmanship in the Russian Classical School. In this article, the problems of modern schools, the importance of penmanship and its advantages for students, the stages and features of teaching penmanship were considered.

Keywords: penmanship, primary school, preparation for training, stages of learning to write, method of K. D. Ushinsky.

На данный момент школа сталкивается с такой важной и распространенной проблемой, как хороший почерк. Более того, проблема касается не только учеников начального этапа обучения, а также среднего и старшего периода.

Навряд ли мы увидим уроки каллиграфии в общеобразовательных учреждениях, так как с пятого по одиннадцатые классы намного сложнее изменить почерк учащегося. Если же мы будем рассматривать начальный этап обучения, то желание педагога научить базовому письму стоит намного выше, чем обучить каллиграфии [5, с. 32].

А ведь обучение красивому письму – это действительно очень важно для развития учащегося. Чтобы удостовериться в данной мысли, мы можем обратиться к методическому письму «Единого школьного режима грамотного письма и культуры речи» за 1952 год, где нам объясняют, что учитель, приучая ученика к прилежному и безошибочному выполнению письменных работ, улучшая их почерк, тем самым прививает уважение к своему труду, ответственное чувство к заданию, которое выполняет школьник, а также, привычку к чистоте и порядку [1, с.7]. Важно обратить внимание на то, что обучение письму формирует мотивацию орфографической работы учащихся, развитие фонематического слу-

ха или «языковой интуиции» и орфографическую зоркость за счет самоконтроля при письме. [2]

Также, на важность чистописания обращает внимание выдающийся русский педагог и создатель научной педагогической системы Константин Дмитриевич Ушинский. Он считал, что элементарные усвоения орфографии закладывает именно преподаватель чистописания.

Русская Классическая Школа (РКШ), работая по программе, основанной на методике К. Д. Ушинского, полностью соглашается с его взглядами и на начальном этапе обучения включает уроки письма, но делают это очень аккуратно, выстраивая определенную систему [3]. Благодаря данной школе, где мною была пройдена педагогическая практика, мне удалось познакомиться с системой чистописания и поработать с ней.

По мнению методистов Русской Классической Школы, подготавливать к обучению письму можно уже с пяти лет, используя при этом определенную методику, которая позволяет органично и планомерно осуществить умственное, речевое, эстетическое развитие дошкольника, стимулировать его творческие способности и познавательные интересы. На данном этапе обучения, ребенку предстоит лишь обводить каллиграфические рисунки и выполнить орнамент на листочках в клетку. Несмотря на всю простоту задач, ребенок уже учится держать карандаш тремя пальцами, ориентироваться в пространстве страницы, анализировать рисунок, который изображен перед ним, а затем повторять его.

Далее, в начальных классах, ученика будут ожидать несколько этапов обучения письму. Сначала ребенку предстоит работа на меловых дощечках в клетку, которые помогают школьнику представить разлиновку будущих тетрадей. [4, с. 2].

На данном этапе важно научить ребенка следующим моментам:

1. Правильно держать мелок.
2. Находить вертикальные и горизонтальные линии и их пересечение.
3. Ориентироваться в пространстве дощечки.

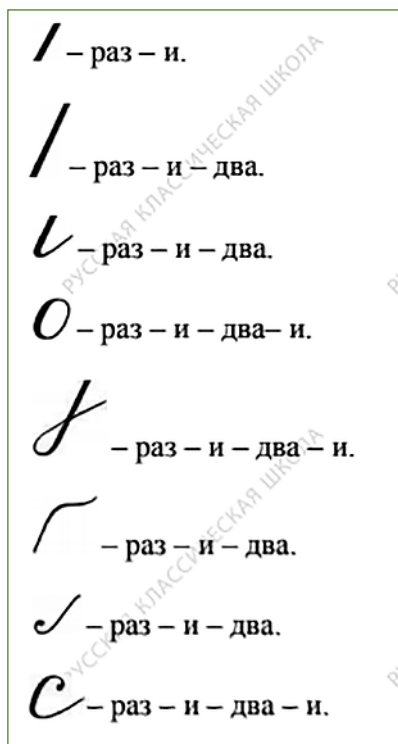


Рис. 1

ку дощечки, а если быть точнее, в «ячейку». Здесь важно научиться:

1. Распознать ячейку, линии и их пересечение;
2. Изобразить сначала основные элементы букв, а затем и сами буквы.

На третьей, важной ступени, ребенок переходит к работе в прописях, где он изображает графитным карандашом орнамент и пишет буквы, их элементы и слова в целом.

Стоит отметить, что, обучая правильности написания, учитель дает пояснение с составными элементами буквы и последовательностью их изображения. Так, например, если ученику предстоит написать строчную букву а, то он для этого использует «овал и крючок» (рис. 2). Если же ему нужно будет написать ту же букву, но

4. Расставлять точки в определенных местах, соединять их линией, называть их координаты.

5. Понимать логику орнамента и повтор его элементов. Уметь перенести его и дополнить в случае необходимости.

6. Изображать элементы букв (палочка высотой в одну или две клетки, крючок, кружок и т. д.).

На данном этапе развивается ритмичность письма. Для того, чтобы линии не были шаткими при медленном счете, или, наоборот, «прыгающими» при ускоренном, учитель использует оптимальный вариант при выполнении основных элементов строчных букв (рис. 1).

Когда ученик переходит на следующий уровень, то здесь мы можем наблюдать иную разливов-

а – овал и крючок.

Рис. 2

А – завиток, соединение, крючок, перекладина–волна.

Рис. 3

в заглавном виде, то для этого он использует следующие элементы: завиток, соединение, крючок, перекладина-волна (рис. 3).

Важно отметить то, что всю работу ученик выполняет либо мелом на дощечке, либо карандашом на бумаге. Так как обычно у детей сильный нажим во время письма, то данные инструменты помогают решить эту проблему. Также письмо мелом и карандашом дает возможность исправить ошибки, которые можно стереть тряпочкой и ластиком.

Если ко второму полугодю первого класса ребенок пишет карандашом аккуратно, то он переходит на перо-макалку, а затем, в третьем классе, к перьевой ручке. Дети очень ждут этого момента и проявляют свои старания в работе. При переходе на автоматическую перьевую ручку, перо-макалка остается раз в неделю до шестого класса: это урок чистописания, на котором дети пишут в прописях.

Помимо этого, важно сказать о том, что Русская Классическая Школа отдает свое предпочтение именно перу. Во-первых, пером намного удобнее писать за счет того, что перьевая ручка легко передвигается по бумаге и не требует усиленного нажима. Если же ученик будет сильно нажимать на перо, то оно будет царапать бумагу и издавать скрип. Так, рука будет проделывать меньше работы и, тем самым, меньше уставать. Во-вторых, использование пера положительно влияет на здоровье учащихся. Так как невозможно научиться красиво писать пером и при этом сидеть в неудобной

позе на уроке. Более того, если на уроке используют перо-макалку, то ученик будет периодически пополнять чернила в перо, что позволяет ему отвлечься от написания, поднять свой взгляд и выпрямить спину. Т. е. ученик не будет на протяжении урока записывать лишь в одном положении.

Исходя из вышесказанного, мы можем с полной уверенностью сделать вывод о том, что уроки чистописания в Русской Классической Школе направлены на то, чтобы школьники научились писать красиво с удовольствием и без потерь для здоровья, а также на развитие художественного эстетического вкуса, способствование характера, воли, желания учиться и познание всего нового и интересного. Важно отметить, что данная учебная задача должна пониматься будущими учителями во время обучения в институте и педагогической практике.

Библиографический список

1. **Боголюбов, Н. Н.** Методика чистописания / Н. Н. Боголюбов. – Ленинград: УЧПЕДГИЗ, 1955. – 2–184 с.
2. Значение каллиграфии для формирования грамотного письма учащихся начальных классов / Н. Г. Савкина [и др.] // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. – № 1–2. – С. 29–31.
3. Русская Классическая Школа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russianclassicalschool.ru/>. – Дата обращения: 01.05.2021.
4. **Горячева, И. А.** Уроки чистописания / И. А. Горячева. – Москва: МОСКВА, 2000. – 282 с.
5. Роль каллиграфии в начальной школе / М. Б. Отыншинова [и др.] // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. – № 2–5. – С. 32–36.

Хузятуллина Татьяна Владимировна – бакалавр, кафедра «Литература и журналистика», Педагогический Институт Тихоокеанского Государственного Университета, Хабаровск. E-mail: t.khuzyatullina@mail.ru; контактный телефон: +7-914-423-04-88.

УДК 94(47)

Ольга Александровна Шапошникова
Санкт-Петербургский
государственный университет

«ЕСТЕСТВЕННО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ЭКСКУРСИИ ПО ПЕТРОГРАДУ» Б. Е. РАЙКОВА: ЗАБЫТОЕ ИЗДАНИЕ ПЕТРОГРАДСКОГО ЭКСКУРСИОННОГО ИНСТИТУТА

Аннотация. Статья посвящена истории издательской деятельности Петроградского экскурсионного института, а именно сборнику «Естественно-исторические экскурсии по Петрограду» под редакцией биолога Бориса Евгеньевича Райкова. В сборнике собраны статьи специалистов института, специализировавшихся на природоведении, в которых осмысливается феномен естественно-исторических экскурсий по Петрограду.

Ключевые слова: Петроградский экскурсионный институт, экскурсия, естественно-исторические экскурсии, Б. Е. Райков.

Olga A. Shaposhnikova
Saint Petersburg State University

«NATURAL-HISTORICAL EXCURSIONS IN PETROGRAD» B. E. RAIKOV: A FORGOTTEN EDITION OF THE PETROGRAD EXCURSION INSTITUTE

Abstract. The article reveals to the history the publishing activity of the Petrograd Institute of Excursions, and specifically to the collection of research papers “Natural history excursions in Petrograd” edited by biologist Boris Evgenievich Raikov. The book includes articles by specialists in natural sciences from the Institute, that reflect on the phenomenon of natural history excursions in Petrograd.

Keywords: Petrograd Institute of Excursions, excursions, natural history excursions, B.E. Raikov.

История развития и становления экскурсионной деятельности в России и за рубежом насчитывает свыше ста лет. В Россию слово «экскурсия» приходит еще в XIX в., и сам феномен постепенно

начинает свое развитие, зарождаются школьные экскурсии. Выезды учащихся на природу совместно с преподавателями напоминали пикники, в перерывах между играми учителя рассказывали интересные факты и делились информацией по таким дисциплинам как география, естествознание и история. В 1893 г. в Санкт-Петербурге возникло «Общество содействия физическому развитию», организовавшее 18 подобных прогулок по окрестностям Петербурга [1, с.199]. Благодаря ученым позднее, на рубеже XIX–XX веков, экскурсия начинает носить образовательный характер. После революции 1917 г. включение экскурсионного метода в образовательный процесс становится обязательным, а государство активно начинает контролировать сферу образования. Одним из новейших видов экскурсий становятся естественно-исторические экскурсии, которые быстро начинают распространяться и внедряться в образовательный процесс. Естественно-исторические экскурсии имели цель ознакомить школьников с территорией и природой местности, в которой они проживают, также внимание обращалось и на то, что во время экскурсии учащиеся собирали различные коллекции, такие как ботанические, зоологические, геологические. Предшественником такого вида экскурсий были исторические экскурсии. Их принципиальным различием было то, что исторические экскурсии обозревали памятники, монументы, сооружения, а естественно-исторические рассматривают только «природные достопримечательности», живую природу и фауну. Зарождение естественно-исторических экскурсий обязано деятельности ученого-биолога, основоположника биологических станций в Петрограде Бориса Евгеньевича Райкова (1880–1966).

Родился Борис Евгеньевич 21(8) сентября 1880 г. в семье баронессы Марии Евгеньевны Райковой и военного врача Евгения Дмитриевича Райкова. После окончания гимназии Б. Е. Райков поступил на физико-математический факультет Императорского Санкт-Петербургского университета, а с 1905 г. стал преподавателем Лесного коммерческого училища. Здесь Борис Евгеньевич вместе с коллегами начал разрабатывать новую методику преподавания естествознания, а также уделял внимание геологическим

экскурсиям. Он одним из первых начал принимать активное участие в популяризации экскурсионного метода обучения в школах и сформулировал принципы школьной экскурсионной методики. Результатом данной работы явился вышедший под его редакцией в 1910 г. сборник «Школьные экскурсии, их значение и организация» [2]. Кроме того, по инициативе Б. Е. Райкова, в период возникновения биологических станций, популяризовавших естествознание среди школьников после революции 1917 г. [3], была образована специальная «инструкторская станция» для обучения и подготовки учителей методике проведения экскурсий. Б. Е. Райков жил идеей просвещения и обучения естествознанию – сквозь призму экскурсий. Целью естественно-исторических экскурсий, по его мнению, было «изучать живую подлинную связь объектов с окружающей природой» [4].

Более полно феномен естественно-исторических экскурсий Б. Е. Райков осветил в сборнике, вышедшем под его редакцией в 1923 году – «Естественно-исторические экскурсии по Петрограду» [5]. Сборник не попадал прежде в поле зрения исследователей, хотя является весьма информативным источником по истории просвещения в России в первые послереволюционные годы. В это время Борис Евгеньевич активно работает в Петроградском экскурсионном институте (1921–1924), возглавляя отдел естествознания. Основными достижениями Петроградского экскурсионного института были распространение экскурсионной деятельности, совершенствование методик экскурсий, расширение экскурсионной тематики, самым основным, пожалуй, являлось то, что впервые экскурсионный метод рассматривался и как образовательный и как исследовательский. В числе соредкторов сборника были выдающиеся ученые, сотрудники отдела естествознания Петроградского Экскурсионного Института геолог М. М Тетяев и ботаник В. Н. Любименко, в 1918 году заведовавший экскурсионной станцией для школьников в Парголово, а также известный зоолог В. А. Догель. Всего статей в сборнике 14, авторами выступили ученые-геологи, энтомологи, биологи и краеведы. При анализе содержания видно, что ученые работали в парах, таким образом число

авторов превышает количество разработанных ими естественно-исторических экскурсий. Сборник был выпущен Госиздатом в типографии «Печатный двор», располагавшейся в Петрограде. Государственное издательство было первым крупным советским издательством, образованным в Москве в 1919 году, а к 1921 году Госиздат объединял крупнейшие советские издательства по городам всей республики. Тираж сборника составил 7000 экземпляров.

В вводной статье Борис Евгеньевич проанализировал феномен естественно-исторических экскурсий и познакомил читателей с понятием экскурсий по Петрограду, которые носили исключительно естественно-исторический характер. Именно город становится объектом экскурсии, все, что находится в городе подлежит изучению и ознакомлению слушателей. Он видел в естественно-исторических экскурсиях по городу «отправную точку» к изучению естественной среды и, следовательно, хорошему усвоению материала. За вводной статьей Б.Е. Райкова следует очерк М. М. Тетяева. Геолог в очерке «Петроград как место геологических экскурсий» будто проводит маленькую геологическую экскурсию, знакомя читателя с процессами образования устьевых островов [6], которые появились благодаря великой Неве, а затем рассказывает о трех типах экскурсий, которые охватывали материковую часть Петрограда в то время. М. М. Тетяевым представлен план экскурсии по Выборгскому району, Лиговско-Рождественскому и Нарвско-Московскому. Таким образом, благодаря сохранившимся картам и данным, изучая маршруты, и сейчас каждый желающий может частично ознакомиться с тем, что когда-то являлось экскурсионным маршрутом по Петрограду.

После ознакомления с Петроградом с точки зрения геологии авторы сборника приступают к описанию всех тех естественно-исторических экскурсий, с которыми можно было ознакомиться в 1920-х годах. Эти экскурсии можно разделить на несколько групп: петрографические экскурсии; экскурсии в парки и сады, с изучением прудов и водоемов; энтомологические экскурсии, а также виды экскурсий, которые могут знакомить участников с флорой и фауной Петрограда.

Экскурсия в парк Главного Ботанического сада, составленная ботаником К. К. Косинским и биологом В. И. Смирновым, схожа с экскурсией по Летнему и Таврическому садам, которые были составлены географом Б. А. Федченко и ботаником Е.Г. Бобровым. В двух экскурсиях подробно описан маршрут, а также рассказано о главных «естественных» достопримечательностях. На основе текстов экскурсий по садам Петрограда можно ознакомиться с видами лиственных деревьев и кустарников, а также с травянистыми растениями. Основная цель экскурсии по садам заключается в возможности научить экскурсанта определять растения по простейшим признакам [7].

Экскурсия, разработанная Б. Е. Райковым в паре с его учеником и ближайшем коллегой в те годы Н. С. Берсеневым, «Экскурсия на водоемы Летнего сада» [8] представляет виды обитателей пруда Летнего сада, его растительность. Составители в начале статьи говорят о «планах Петровского времени» [там же, с.172], следовательно, можно говорить о том, что они учитывали прошлое, обращались к открытиям, произошедшим в Петровскую эпоху, к состоянию водоема во время Петровского царствования, то есть в их экскурсии присутствовала историческая составляющая.

Энтомологические экскурсии представляются наиболее интересными, поскольку, если до этого было сразу понятно по названию, что будет обозреваться, то в данном случае – нет. Автором этих экскурсий являлся ведущий энтомолог, один из крупных специалистов в области изучения растений Н. Н. Богданов-Катьков. Энтомологические экскурсии проводились около водоемов, в садах и огородах, где энтомолог изучал отдельные виды насекомых или вредителей.

В сборнике также, помимо перечисленных экскурсий, упоминаются такие как «Ботаническая экскурсия на Крестовский и Елагин острова» [9] ботаника М. М. Ильина, который много лет разрабатывал и занимался ботаническими экскурсиями. Одни из удивительных экскурсий, которые связаны не только с природными богатствами, но и с животным миром – экскурсии ученого, специалиста в области живой природы П. Е. Васильковского

«Ознакомление с рыбами и рыбными промыслами в пределах Петрограда» [10]. С птицами Таврического сада знакомила З. Ф. Мостовенко, которая рассказывала читателю о видах птиц, их месте обитания, условиях их жизни. Одним из выдающихся ученых, который также внес свой вклад в сборник Б. Е. Райкова, был М. Н. Римский-Корсаков, он изучал пруды Лесного парка в экскурсионном отношении.

Это лишь малая часть экскурсий, представленных в сборнике, но уже на этих примерах можно увидеть, как авторы, а именно ученые-биологи, с трепетом относятся к собственному материалу. Естественно-исторические экскурсии – погружение в природу до мельчайших частиц, это изучение каждого цветка, дерева, почвы, птиц и даже микробов, обитающих в водоемах и прудах. Каждый из ученых всю жизнь посвятил изучению темы, на которую была написана определенная экскурсия. В сборнике собраны карты, материалы, сделаны сноски для более легкого изучения материала. Однако, к сожалению, сборник экскурсионных маршрутов, которые и по сей день остаются актуальными, когда сфера туризма развивается, появляются новые виды экскурсий, остается так и не переиздан, а имена выдающихся ученых-просветителей биологии забыты широкой публикой.

Библиографический список

1. **Березина В. А.** Экскурсионная работа в 1920-х гг. (на материалах Петрограда-Ленинграда): дис. канд. ист. наук. СПб., 2016. 199 с.
2. Школьные экскурсии, их значение и организация: Сб. ст. / Под ред. Б. Е. Райкова. СПб., 1910. 262 с.
3. **Самокиш А. В.** Экскурсионные биологические станции в Петрограде-Ленинграде (1920-е гг.) как способ организации взаимодействия школьников и профессиональных ученых // Сохранение природной среды и особо охраняемые природные территории (к 100-летию мониторинга экосистем Петергофа и его окрестностей). Мат-лы XI Молодежной экологической Школы-конф. с междунар. участием в усадьбе «Сергиевка». СПб., 2017. С. 95–100.
4. **Райков Б. Е.** Город как объект естественно-исторических экскурсий // Естественно-исторические экскурсии по Петрограду: Сб. науч.-пед.

ст., сост. Отд. естествознания Петрогр. экскурс. ин-та / Под общ. ред. проф. Б. Е. Райкова. М.; Пг.: Гос. изд., 1923. С. 1–12.

5. Естественно-исторические экскурсии по Петрограду: Сб. науч.-пед. ст., сост. Отд. естествознания Петрогр. экскурс. ин-та / Под общ. ред. проф. Б. Е. Райкова. М.; Пг., 1923. 248 с.

6. **Тетяев М. М.** Петроград как место геологических экскурсий // Естественно-исторические экскурсии по Петрограду: Сб. науч.-пед. ст., сост. Отд. естествознания Петрогр. экскурс. ин-та / Под общ. ред. проф. Б. Е. Райкова. М.; Пг.: Гос. изд., 1923. С. 13–48.

7. **Косинский К. К., Смирнов В. И.** Экскурсия в парк Главного Ботанического сада // Естественно-исторические экскурсии по Петрограду: Сб. науч.-пед. ст., сост. Отд. естествознания Петрогр. экскурс. ин-та / Под общ. ред. проф. Б. Е. Райкова. М.; Пг.: Гос. изд., 1923. С. 66–90.

8. **Райков Б. Е., Берсенев Н. С.** Экскурсия на водоемы Летнего сада // Естественно-исторические экскурсии по Петрограду: Сб. науч.-пед. ст., сост. Отд. естествознания Петрогр. экскурс. ин-та / Под общ. ред. проф. Б. Е. Райкова. М.; Пг.: Гос. изд., 1923. С. 171–175.

9. **Ильин М. М.** Ботаническая экскурсия на Крестовский и Елагин острова // Естественно-исторические экскурсии по Петрограду: Сб. науч.-пед. ст., сост. Отд. естествознания Петрогр. экскурс. ин-та / Под общ. ред. проф. Б. Е. Райкова. М.; Пг.: Гос. изд., 1923. С. 108–140.

10. **Васильковский П. Е.** Ознакомление с рыбами и рыбными промыслами в пределах Петрограда // Естественно-исторические экскурсии по Петрограду: Сб. науч.-пед. ст., сост. Отд. естествознания Петрогр. экскурс. ин-та / Под общ. ред. проф. Б. Е. Райкова. М.; Пг.: Гос. изд., 1923. С. 218–242.

Шапошникова Оксана Александровна – студент Санкт-Петербургского государственного университета. E-mail: shaposhnikovaoksi@gmail.com

* * *

УДК 372.8

Ван Линьпэн

Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

КИТАЙСКАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ И ЕЕ КЛАССИФИКАЦИЯ

Аннотация. В данной статье проанализирован процесс развития Шуюй – китайской фразеологии, которая имеет большое значение не только в изучении китайского языка, но и познании истории и культуры китайского народа. В работе приведены определения Шуюй, представленные в китайских словарях и научной литературе, проведено соответствие данных дефиниций общим подходам к определению фразеологических единиц в академической литературе. Особое внимание уделено рассмотрению классификации китайской фразеологии и описанию пяти типов Шуюй: чэньюй – идиом; гуаньюньюй – фразеологических сочетаний; сехоуяй – недоговорков, иносказаний или речений с усекаемой концовкой; яньюй – пословиц; суюй – поговорок. Выделены характеристики данных типов китайских фразеологических единиц, приведены примеры фразеологизмов и их перевод на русский язык.

Ключевые слова: китайская фразеология, фразеологические единицы, идиома.

CHINESE PHRASEOLOGY AND ITS CLASSIFICATION

Abstract. This article presents the development process of Shuyu – Chinese phraseology, which is of great importance not only in the study of the Chinese language, but also in the knowledge of the history and culture of the Chinese people. The article presents the definitions of Shuyu in Chinese dictionaries and scientific literature, the correspondence of these definitions to the general approaches to the definition of phraseological units in academic literature is carried out. Particular attention is paid to the classification of Chinese phraseology and the description of the five types of Shuyu: chengyu – idioms; guanyongyu – phraseological combinations; xiehouyu – omissions, allegories, or sayings with a truncated ending; yanyu – proverbs; suyu is a proverb. The characteristics of these types of Chinese phraseological units are highlighted, examples of phraseological units and their translation into Russian are given.

Keywords: chinese phraseology, phraseological units, idiom.

Идиомы являются одной из квинтэссенций различных национальных языков, но до 1950-х годов в китайском языке для них не существовало специального названия. Фразеология в китайском языке называется Шуюй (熟语), данный термин был заимствован из русского языка в конце 1950-х годов [1].

Рассмотрим, как объясняют Шуюй в научной литературе и китайских словарях. В словаре «现代汉语» («Современный китайский язык») Шуюй (китайская фразеология) определяется следующим образом: «устойчивое словосочетание, может использоваться только целиком, не допускает произвольной замены своих составных компонентов, кроме того, не может быть проанализировано с точки зрения словообразования...» [2, с. 58]. В словаре «辞源» («Цзы Юань») фразеологические единицы определяются аналогично: «устойчивое словосочетание или предложение [данного] языка. При употреблении обычно не допускается произвольное изменение их структуры» [3, с. 136]. Гэ Бэньи в работе «现代汉语词汇学» («Основы лексикологии современного китайского языка») пишет: «Шуюй – это слово-

сочетание или короткое предложение, которое по своей внутренней структуре сложнее слова; значение, выражаемое ими, более емкое, чем у слова, однако в плане широты употребления и устойчивости внешней формы они сходны со словом» [4, с. 233]. Как видим, во всех трех определениях фразеологизмы рассматриваются как устойчивые сочетания, что полностью соответствует толкованию, которое существует в российской научной литературе, где фразеологические единицы представлены как «словосочетание, в котором семантическая монолитность довлеет раздельностью составляющих его элементов, функционирует в составе предложения как эквивалент отдельного слова» [5, с. 503]. У Шуюй значение широкое и структура устойчивая. Они также функционируют как единое целое.

В научной литературе отражены различные классификации китайских единиц. На сегодняшний день наиболее известной и авторитетной является классификация, предложенная Сунь Вэйчжаном [6, с.199]. В своей работе «Китайская фразеология» он выделяет пять типов Шуюй:

- 1) 成语 *чэньюй* – идиома;
- 2) 惯用语 *гуаньюньюй* – фразеологические сочетания;
- 3) 歇后语 *сехоуэй* – недоговорки – иносказания или речения с усеченной концовкой;
- 4) 谚语 *яньюй* – пословицы;
- 5) 俗语 *сюй* – поговорки.

Рассмотрим данную классификацию более подробно, с привлечением мнения других исследователей. 成语 (*чэньюй* – идиома) также называется 现成语 (*Сианьчэньюй*), то есть готовые выражения. В работе «成语» («Идиомы») Ма Гофань подчеркивает, что «идиомы – это устойчивые словосочетания с историческими и национальными характеристиками. Китайские идиомы в основном состоят из отдельных слогов, основная форма – четырехсловная» [7, с. 3]. Таким образом, у чэньюй две основных характеристики: во-первых, это устойчивые словосочетания; во-вторых, они, как правило, являются четырехсловными, хотя бывает и более. По структуре чэньюй – это словосочетание, но в языке функционируют как одно слово, используемое как законченная единица. Форма чэньюй является наиболее фиксированной

и не может быть изменена. Например: 邯郸学步 (*в городе Ханьдань учиться походке. обр. в знач.: не научившись у других, потерять свое*); 坐井观天 (*наблюдать небо со дна колодца. обр. в знач.: обладать ограниченным кругозором*); 愚公移山 (*Юй-гун передвинул горы. обр. в знач.: воля и настойчивость могут гору своротить*) [8, с.533].

惯用语 (*гуаньюньюй* – фразеологические сочетания) дословно переводится как 惯 *привычный* и 用语 *выражение*. Логично рассматривать 惯用语 (*гуаньюньюй*) как *привычные выражения*. Гуаньюньюй основаны на светской культуре, существуют в устной форме; их структура – трехсловная и глагольно-объектная [9]. Они представляют собой словосочетания, смысл которых не выводится из значения входящих в них единиц, т. е. он является целостным. У них метафорическое значение. Например: 戴高帽 (*носить высокую шапку. обр. в знач. хвалиться или важничать*); 穿小鞋 (*носить тесные туфли. обр. в знач.: притираться к кому-л. или чинить препятствия*); 挖墙脚 (*подрывать основание стены. обр. в знач.: подкапываться под кого-л.*) [8, с.430].

歇后语 (*сехоуэй* – недоговорки – иносказания или речения с усеченной концовкой). Сехоуэй – это речение с китайскими национальными особенностями; использует метафоры, каламбуры, омофонию и другие риторические приемы [4]. Например: 老鼠过街 – 人人喊打 (*Когда крыса перебегает улицу, каждый кричит: Бей ее! обр. в знач.: подвергаться всеобщему осуждению*); 竹篮打水 – 一场空 (*носить воду решетом, ничего не полученный. обр. в знач.: заниматься бесполезным делом*); 铁公鸡 – 一毛不拔 (*железный петух, и волоска у себя не выдернет. обр. в знач.: скупец*) [8, с.509]. Как видно из приведенных выше примеров, сехоуэй включает как иносказание, так и его раскрытие.

谚语 (*яньюй* – пословицы). Яньюй играют очень важную роль в китайском языке, они, как и пословицы в других языках, обычно являются короткими высказываниями о советах и истинах жизни. Многие пословицы берут свое начало в Древнем Китае, также в высказываниях философов, писателей и поэтов. Пословицы впервые появились в Китае во времена династии Хань (202 г. до н. э. – 220 г. н. э.). В конце династии Западная Хань «四民月令» («Си Мин Юэ Лин») Цуй Ханя считается самым ранним сборником пословиц в Китае [8, с. 278]. Китайские пословицы относятся к просторечиям. В основном

они используются в устной речи и художественной литературе, имеют характеристики разговорного стиля. Существует много пословиц в китайском и русском языках, которые отличаются формой, но имеют одинаковое значение. Например: 宁静致远 (тише едешь, дальше будешь); 赠人玫瑰·手有余香 (учи других – и сам поймешь); 强扭的瓜不甜 (наильно мил не будешь). Примеры иллюстрируют воспитательный потенциал пословицы.

俗语 (*сулюй* – поговорки). Вначале ученые считали, что в китайском языке поговорки и пословицы – это одно и то же предложение, и поговорки также назывались пословицами, по структуре они ничем не отличаются. Только в 1980-х годах поговорки стали рассматривать как отдельное предложение. Ван Дэчунь в своей работе «Лексическое исследование» пишет, что «поговорки отличаются от пословиц, пословицы являются квинтэссенцией общественного жизненного опыта людей. Поговорки описывают явление жизни, а не обобщение опыта. Нет значения в воспитании и предостережении» [2, с. 287]. В связи с этим можно констатировать, что пословицы имеют глубокое значение, а значение поговорок относительно неглубокое. Например: 鸡蛋碰石头 (*яйцом разбить камень. обр. в знач.: безнадежное дело*); 打肿脸充胖子 (*бить себя в морду до опухоли, чтобы выглядеть полным. обр. в знач.: пыжиться, стараться казаться солиднее*); 鸡蛋里挑骨头 (*искать кость в яйце. обр. в знач.: слишком придираться*) [8, с.198].

Рассмотренная в данной статье классификация китайских фразеологизмов показывает, что идиомы играют важную роль в китайском языке, отражают китайскую историю и культуру, а изучение китайской фразеологии может помочь не только в изучении китайского языка, но и познании истории и культуры китайского народа.

Библиографический список:

1. Ван Дэчунь 王德春. Цихуэйсюэ ианьцзю 词汇学研究 [Лексическое исследование]. Динань: Шаньдун цзяоюй 济南: 山东教育出版社 [Динань: изд. Шаньдунское образование], 1983. С. 287.
2. Сианьдай ханьюй цзыдянь 现代汉语词典 [Словарь современного китайского языка]. Пекин: Шаньуйньшугуань 北京: 商务印书馆 [Пекин: изд. Коммерческая пресса], 2012. С. 1970.

3. Цзыюань 辞源 [Источник слов]. Пекин: Шаньуйньшугуань 北京: 商务印书馆 [Пекин: изд. Коммерческая пресса], 1979. С. 3590.

4. Гэ Бэньи 葛本仪. Сианьдай ханьюй цзыхуэйсюэ 现代汉语词汇学 [Основы лексикологии современного китайского языка]. Динань: Шаньдун жэньминь 济南: 山东人民出版社 [Динань: изд. Шаньдунский народ], 2001. С. 233.

5. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. – М: Советская энциклопедия, 1969. С. 608.

6. Сюнь Вэйчжань 孙维张. Ханьюй шуюйсюэ 汉语熟语学 [Китайская фразеология]. Чанчунь: Цилинь 长春: 吉林出版社 [Чанчунь: изд. Цилинь], 1989. С. 199.

7. Ма Гофань 马国凡. Чэньюй成语 [Идиома]. Хух-Хото: Нэймэнгу жэньминь 呼和浩特: 内蒙古人民出版社 [Хух-Хото: изд. Народ Внутренней Монголии], 1978. С. 341.

8. Готлиб О. М. Китайско-русский фразеологический словарь. Около 3500 выражений. – 2-е изд., стереотип. – Иркутск: изд-во ИГУ, 2019. С. 596.

9. Яо Сиюань 姚锡远. Шуюйсюэ 熟语学 [Фразеология]. Чжэнчжоу: Дасиан 郑州: 大象出版社 [Чжэнчжоу: изд. Дасиан], 2012. С. 278.

Ван Линьпэн – аспирант, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: wanglinpeng@yandex.ru

УДК 372.8

Ван Ши

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

ОСМЫСЛЕНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ДОМИНАНТ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ОБЩЕНИЯ СТУДЕНТОВ ПОДГОТОВКИ «ЛИНГВИСТИКА»

Аннотация. Современный ракурс рассмотрения проблем соотношения языка и культуры, разработки новых методов и технологий обучения иностранным языкам предполагает их осмысление с учетом аксиологического подхода. Статья посвящена определению понятия «ценностные доминанты межкультурного общения студентов-лингвистов». Среди ценностных

доминант межкультурного общения студентов-лингвистов выделяются такие, как толерантность, эмпатия, интеллектуальная автономия, конформность, эмоциональная зрелость. Наряду с этим, рассматриваются факторы, влияющие на формирование ценностных доминант: социальная когнитивность, эмоциональная идентичность, субъективный разум индивида. Устанавливается, что оптимизация межкультурного общения студентов-лингвистов возможна на основе культуроцентрического подхода к обучению и воспитанию полиязыковой личности обучающегося. Полученные данные уточняют деонтологические особенности работы по формированию навыков компетентной межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: ценностные доминанты, межкультурное общение, студенты-лингвисты.

Wang Shi

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

UNDERSTANDING THE VALUE DOMINANTS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION STUDENTS OF THE TRAINING «LINGUISTICS»

Abstract. The modern perspective of considering the problems of the correlation of language and culture, the development of new methods and technologies of teaching foreign languages involves their understanding taking into account the axiological approach. The article is devoted to the definition of the concept of «value dominants of intercultural communication of linguistic students». Along with this, the factors influencing the formation of value dominants are considered. The obtained data contribute to the development of the methodology of teaching foreign languages, clarifying the deontological features of the work on the formation of skills of competent intercultural communication.

Keywords: value dominants, intercultural communication, linguistics students.

В период усиливающихся образовательных контактов вопросы межкультурной коммуникации становятся актуальными и значимыми. Формирование ценностных доминант межкультурного общения студентов, будущая профессия которых непосредственно связана с многосторонними контактами (перевод-

чики, преподаватели русского языка как иностранного), стало важной темой для изучения в педагогике [1], [2]. Осмысление и формирование ценностных доминант межкультурного общения являются необходимым компонентом филологического и педагогического образования, так как изучение языка и взаимодействие в интернациональной группе предполагают обращение к национальным культурам (религии, истории, обычаям и традициям, общепринятым нормам поведения). Следовательно, во многом определяют поведение партнера и детерминируют собственное.

Цель работы заключается в определении понятия «ценностные доминанты межкультурного общения студентов-лингвистов» и описании факторов, влияющих на их формирование.

Для начала определим характеристики понятия «ценностные доминанты».

По мнению И. Ю. Филипповой, такое явление, как ценностная доминанта, «воплощается в личностях – носителях высоких моральных образцов, жизненной мудрости, идеалов справедливости и милосердия – в зависимости от того, в какой мере члены общества способны свободно на самом глубинном уровне своих жизненных ориентаций воспринять и взрастить в себе эти образцы и идеалы не в качестве навязанных извне, а как пережитые ими самими» [3, с. 204].

Е. В. Дзюба и Е. В. Чубко считают, что «в системе знаний и представлений человека о реальном и ирреальном мире можно выделить так называемые ценностные доминанты, которые формируются в человеческом сознании под влиянием социума, родной лингвокультуры, индивидуального опыта взаимодействия с окружающим миром» [4, с. 93].

Итак, понятийными признаками феномена «ценностные доминанты» являются: 1) ведущие ориентиры, 2) отраженные в системе знаний и представлений человека о реальном и ирреальном мире; 3) формирующиеся в человеческом сознании; 4) обусловленные влиянием социума, индивидуального опыта взаимодействия с окружающим миром.

Конкретизируем анализируемое понятие в аспекте выражения. Согласно точке зрения И. Ю. Филипповой, в культуре демократического общества ценностные доминанты можно представить так: свобода, любовь, творчество [3, с. 204].

По мнению Е. И. Мещеряковой, в образовательном процессе военных вузов существуют следующие ценностные доминанты: патриотизм и верность служению Отчизне, офицерская честь и достоинство, преданность своему народу и осознание воинского долга, государственная и гражданская ответственность, доблесть, храбрость [5, с. 76]. Е. В. Дзюба и Е. В. Чубко дополняют смысловое поле военной службы такими ценностными доминантами, как аккуратность, ум, вежливость, здоровье, стабильность [4, с. 98].

Для студентов-менеджеров определены другие ценностные доминанты: 1) социальные – равенство, уважение традиций, толерантность, 2) профессиональные – интеллектуальная автономия, иерархия, свобода от стереотипов, 3) личностные – самостоятельность, конформность, доброта [6, с. 70].

В контексте нашего исследования среди ценностных доминант межкультурного общения студентов-лингвистов обозначим такие, как толерантность, эмпатия, интеллектуальная автономия, конформность, эмоциональная зрелость.

Рассмотрим факторы, влияющие на формирование ценностных доминант межкультурного общения.

1. Социальная когнитивность. Социальная когнитивность – это направление мысли, соответствующее основной системе ценностей общества. Так, в Китае существуют основные социалистические ценностные доминанты: богатство и могущество, демократия, цивилизация, гармония, свобода, равенство, справедливость, верховенство права, патриотизм, преданность работе, честность, дружелюбие. Эти 12 доминант являются воплощением социальной когнитивности и играют важную роль в формировании ценностных ориентиров китайского народа.

2. Эмоциональная идентичность. Эмоции являются неотъемлемой частью человеческой природы и тесно связаны с развитием человеческого общества. Эмоциональная структура человека

определяет рамки его существования. Именно во взаимодействии эмоций, ценностная доминанта может быть по-настоящему интегрирована в привычки каждого человека. Ценностная доминанта также отражает эмоциональные потребности каждого человека. Эмоциональная идентичность влияет на формирование единых ценностных доминант, таких как патриотизм и дружелюбие.

3. Субъективный разум индивида. Субъективное мышление человека и чувство субъект-объектной согласованности находятся в центре внимания при формировании ценностной доминанты личности. Постоянное образование и развитие – это путь к формированию ценностных доминант. Индивидуальное мышление является предпосылкой для формирования ценностной доминанты. Каждый человек по-своему понимает ценностную доминанту, и каждый формирует свою собственную ценностную доминанту.

Оптимизация межкультурного общения студентов-лингвистов возможна на основе культуроцентрического подхода к обучению и воспитанию, точнее – кросс-культурного подхода. В указанном аспекте интерес представляет наша предыдущая работа, посвященная иллюстрации понятийных характеристик художественно-эстетической компетенции [7]. В ней предлагается новый подход к определению потенциала данной компетенции в контексте обучения иностранных студентов. Художественно-эстетическая компетенция рассматривается в качестве смежного понятия с такими феноменами, как социокультурная компетенция и адаптивная компетенция.

Перспективы работы видим в разработке методики формирования ценностных доминант межкультурного общения студентов подготовки «Лингвистика» в контексте кросс-культурного подхода.

Библиографический список

1. Брагина А. Д. Проблема развития поликультурной личности переводчиков (аксиологический аспект) // Молодой ученый. – 2010. – № 12 (23). – С. 85–89.

2. Мосиенко Л. В. Ценностные доминанты лингвистического образования в полиэтничном регионе // Современные проблемы науки и образования. — 2017. — №6. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=27301> (дата обращения: 26.02.2022).

3. Филиппова И. Ю. Ценностно-смысловые доминанты современной российской культуры // Наука. Инновации. Технологии. — 2010. — № 67. — С. 203–209.

4. Дзюба Е. В., Чубко Е. В. Ценностные доминанты в языковом сознании обучающихся военно-инженерного вуза: по данным вербально-ассоциативного эксперимента // Педагогическое образование в России. — 2020. — № 4. — С. 92–99.

5. Мещерякова Е. И., Берестевич Г. В., Лопарев Е. А. Реагировать адекватно и оперативно особенности становления ценностно-смысловых доминант // Вестник военного образования. — 2021. — № 5(32). — С. 75–79.

6. Медведева С. А. Модель формирования ценностей межкультурного общения бакалавра вуза // Вестник Брянской сельскохозяйственной академии. — 2017. — № 4 (62). — С. 67–72.

7. Ван Ши. Роль художественно-эстетической компетенции иностранных студентов в контексте многоязычия // Русский язык в глобальном научном и образовательном пространстве: сборник материалов Международного научного конгресса (Москва, 6–10 декабря 2021 года). — Москва: Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина. — 2021. — С.115–118.

Ван Ши — аспирант, высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: shiw461@gmail.com.

УДК 32.019.5

Екатерина Николаевна Гудилина

Санкт-Петербургский государственный университет

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ УТОПИИ-ТЕКСТА КАК ФОРМЫ УТОПИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Аннотация. В статье исследуются утопия-текст как форма утопического дискурса, ориентированная на понимание и осмысление Будущего и Будущности. Особое внимание в статье уделяется анализу как преимуществ

(формирование особого социального навыка воспринимать и интерпретировать пространство; вовлечение воспринимающего утопию субъекта в ее конструирование; эстетизация пространства Будущего), так и ограничений, и лимитов утопии-текста (необходимость нахождения общеразделяемой идеи и ее превращение в идею-фикс; историчность утопии; исключительно антропогенный характер утопии). Автор приходит к выводу о наличии у утопии-текста необходимого объяснительного и прогностического потенциала, способного интерпретировать социальную действительность и влиять на нее.

Ключевые слова: утопический дискурс, утопия-текст, утопия-образ, утопический элемент, конструирование реальности, историчность утопии, Будущее, Будущность.

Ekaterina N. Gudilina

Saint Petersburg State University

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE UTOPIA-TEXT AS A FORM OF THE UTOPIAN DISCOURSE

Abstract. The article explores utopia-text as a form of utopian discourse focused on understanding and comprehending the Future. Special attention is paid to the analysis of the advantages and the limitations of utopia-text. The author comes to the conclusion that utopia-text has the necessary explanatory and predictive potential capable of interpreting social reality and influencing it.

Keywords: utopian discourse, utopia-text, utopia-image, utopian element, construction of reality, historicity of utopia, Future.

Обращение политико-правовой мысли к теме Будущего и Будущности как потенциально возможного пространства для позитивного изменения человека, общества и государства составляет основное содержание утопического дискурса как разновидности политического дискурса и является актуальной темой многочисленных исследований, нацеленных на понимание и осмысление тенденций современной социальной динамики [1, 2, 3]. Одной из важнейших форм проявленности утопического дискурса в политической действительности является утопия как текст, т. к. именно текст является законченным вербальным воплощением утопиче-

ского замысла и представлением фиксированных моделей Настоящего и Будущего. Отметим, что в рамках утопического дискурса существует не только утопия-текст, непосредственно фиксирующая модели иного социального устройства, но у утопия-образ, представляющая собой результат субъективного восприятия утопии-текста и ее актуализации в индивидуальном и коллективном сознании. Кроме того, к формам утопического дискурса могут относиться многочисленные утопические элементы, которые не представляют собой законченной и относительно непротиворечивой целостной модели социального устройства, но представляют собой описание конкретных общественных связей и институтов, существующих умозрительно и кардинально отличающихся от реальных социальных практик [4, р. 37–65].

В рамках данной статьи на основе дискурсивного и концептуально-аналитического подходов предлагается обратиться именно к утопии-тексту как наиболее стабильной форме утопического дискурса, т. к. бытийность утопии-текста обладает рядом особенностей, которые как создают преимущества для существования, развития, а также влияния утопии на реальность, так и накладывают ограничения и лимиты на реализацию потенциала утопии.

Преимущества утопии-текста как формы утопического дискурса:

1. Формирование особого социального навыка воспринимать и интерпретировать пространство (т. н. «утопический взгляд»). Ряд исследователей утверждают, что утопическое как вся совокупность отношений, так или иначе связанных с осмыслением Будущего, как «некое базовое свойство сознания, выражающееся в склонности проектировать идеальные общественные устройства ... сложный когнитивный аппарат, который позволяет работать с пограничными областями опыта» [5, с. 44], формирует и особый тип восприятия – утопический взгляд.

Важность пространства в утопии связана не столько с этимологией самого понятия (*ou+topos* – несуществующее пространство; *eu+topos* – благое пространство), сколько с восполнением отсутствующего в современном мире пустого пространства (т. к. отсутствуют «белые» пятна на географической карте), необходи-

мого для социального экспериментирования в идеальном и/или в материальном смысле. Утопия-текст предполагает смену угла зрения и выход за рамки существующего пространства и имеющегося политико-правового опыта. В утопии-тексте занимается позиция стороннего наблюдателя и возникает возможность осмысления действительности со стороны, с выходом за системные рамки реальных государств и обществ. Такая рефлексия создает пространство, в котором осмысление существующего состояния не ограничивается фиксацией исторически обусловленных факторов, причинно-следственных связей и неизбежных тенденций развития. Утопия-текст пытается преодолеть Настоящее, вводя несвойственные действующей системе критерии ее оценки и восприятия.

2. Привлекательность утопии-текста с точки зрения вовлеченности воспринимающего субъекта в ее конструирование. Одним из итогов восприятия утопии-текста является формирование в сознании воспринимающего субъекта утопии-образа (т. е., утопия-образ – это актуализированная в сознании воспринимающего субъекта утопия-текст). Зазор между объективно существующей утопией-текстом и субъективно воспринимаемой утопией-образом повышает привлекательность утопии, т. к. вовлекает субъекта в конструирование утопии. Самое детальное описание оставляет лакуны, которые заполняются воображением субъекта исходя из его системы убеждений.

Утопия-текст как «модель для сборки» конструирует варианты Настоящего и Будущего, взаимная конфронтация которых приводит к рационально и эмоционально обоснованному преобладанию и выбору именно модели желаемого Будущего [6, с. 155–156]. Большинство утопий-текстов структурно представляют собой противопоставление критически фиксируемого Настоящего и *конструируемого* Будущего. Доказательство ценности конкретной модели Будущего опосредовано утрированием определенных качеств и характеристик, а также сознательным или бессознательным искажением реальности (будь то гиперболизация, литота, метафора, парадокс).

3. Эстетизация пространства Будущего через дихотомию моделей Настоящего и Будущего. Создаваемый и подчеркиваемый конфликт между «здесь-и-сейчас» и желаемым Будущим выявляет существующие социальные и политические проблемы и предлагает воспринять их под новым углом зрения. Дескриптивность в «здесь-и-сейчас» перетекает в нормативность и возможность в модели образа Будущего. В рамках утопии дескриптивность теряет свое оправдание отсылкой к действительности: сам факт наличия в политической действительности какого-либо феномена перестает быть аргументом о необходимости его существования (если что-либо существует — это не доказывает необходимость его существования в полной мере). Утопия-текст исходит из посылки, что недостаточно зафиксировать состояние и/или объяснить его, необходимо предложить изменения.

Конструируемый диссонанс между моделями способствует осознанию эстетических категорий: образ Настоящего маркируется как безобразное, низменное, прозаическое, поверхностное и т. п., а образ Будущего — как прекрасное, возвышенное, поэтическое, глубокое и т. п.

Ограничения и лимиты утопии-текста как формы утопического дискурса:

1. Необходимость нахождения общеразделяемой идеи и ее превращение в идею-фикс. Чтобы утопия вызвала потенцию к политическому поведению, идейное содержание должны быть: или значимым и привычным для большинства; или значимым и необычным для большинства, но описанным настолько убедительно и на рациональном, и на эмоциональном уровне, что утопия получает поддержку и формирует стремление к своей реализации.

Идейное содержание — краеугольный камень утопии; фундамент, который или выдержит здание утопии, или приведет к его падению. Если для многих форм осмысления действительности соответствие действительности становится определяющим, то для утопии действительность — лишь исходная точка, основа для описания образа настоящего; чем дальше утопии удастся уйти от настоящего, тем больший потенциал утопия накапливает. Отметим, что это

сближает утопию-текст с произведениями искусства, для которых мимезис значимая, но не тотально ограничивающая рамка.

2. Историчность утопии. Каждая утопия-текст связана с определенным историческим периодом: предлагаемый образ желаемого Будущего выстраивается над конкретным Настоящим и, в первую очередь, решает проблемы этого определенного во времени и пространстве Настоящего. Утопия вынуждена всегда оставаться надстройкой над базисом-настоящим, т. к. если меняется пространственно-временная точка, то утопия перестает транслировать/продуцировать текст-образ именно желаемого будущего, упрощаясь до ничем не обоснованного текста-образа возможного будущего.

Утопия-текст — это форма с меняющимся неустойчивым содержанием, которое способно варьироваться в широчайшем идейном и ценностном спектре. Определять смысловое содержание утопии-текста как матрицы смыслов необходимо для каждой конкретной утопии, т. к. единая матрица для утопии отсутствует. Объединяющим началом разнообразных утопий становится лишь стремление к обоснованию модели Будущего и осмысление Настоящего через призму/оптику Будущего.

3. Исключительно антропогенный характер утопии, совмещенный с размытым видением перехода от модели Настоящего к модели Будущего. Утопия появляется там, где критическое состояние «здесь-и-сейчас» оценивается как негативное и где выявляется необходимость радикальных изменений; когда допускается, что преодолеть такое состояние возможно только вмешательством человека. Вера во всеильность человеческого разума, способного не только качественно влиять на эволюционное и историческое развитие, но и преодолевать его ограничения и лимиты, — значимая характеристика утопии [7, с. 234]. Утопия предполагает мысленный скачок в развитии, рвущий историческую ткань Настоящего.

Итак, утопия-текст — это не маргинальное иллюзорное восприятие действительности, а имманентный культуре в целом и политической культуре в частности феномен. Утопия-текст позволяет интерпретировать действительность, осмыслять Настоящее через

призму Будущего, намечать пути развития к возможному, желанному Будущему. Несмотря на наличие лимитов и ограничений, утопия обладает рядом преимуществ, формируя особый социальный навык воспринимать и интерпретировать действительность и вовлекая воспринимающего утопию субъекта в ее конструирование, что делает утопию крайне своеобразной, но жизнеспособной формой познания и инструментом воздействия на социальную действительность.

Библиографический список

1. **El-Ojeili C.** The Utopian Constellation: Future-Oriented Social and Political Thought Today. – Palgrave Pivot, 2020. – 170 p.
2. **Jacoby R.** The End of Utopia: Politics and Culture in an Age of Apathy. – New York: Basic Books, 1999. – 236 p.
3. **Jameson F.** Archaeologies of the Future: The Desire Called Utopia and Other Science Fiction. – New York: Verso, 2005. – 431 p.
4. **Levitas R.** The Concept of Utopia. – Syracuse; N. Y.: Syracuse University Press, 1990. – 264 p.
5. **Каспэ И.** Навык утопического взгляда: на материале авторских фотографий последних десятилетий социализма // Социологическое обозрение. – 2015. – Т. 14. – №2. – С. 41–69.
6. **Аинса Ф.** Реконструкция утопии. Эссе. – М.: ИМЛИ им. А. М. Горького РАН, «Наследие», 1999. – 208 с.
7. **Вахштайн В. С.** Утопия как парадокс, идеология как тавтология // МЕТОД: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин. – 2016. – № 6. – С. 215–235.

Гудилина Екатерина Николаевна – аспирант кафедры теории и философии политики факультета политологии, Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург, Россия. E-mail: ek.gudilina@gmail.com.

УДК 821.111

Анна Сергеевна Гузь
Самарский национальный
исследовательский университет
имени академика С. П. Королёва

ВЛИЯНИЕ КНИГ ДЖ. Р. Р. ТОЛКИНА НА МИРОВУЮ КУЛЬТУРУ

Аннотация. Статья посвящена вопросу влияния книг Дж. Р. Р. Толкина на мировую культуру. Рассмотрена субкультура толкинизма как явление, порожденное творчеством писателя. Приведены сведения о первых переводах Толкина на русский язык, о переводных изданиях, выходящих в СССР, а также таких феноменах «толкинизма», как ролевые игры и литература фанфикшн. Показано, что фикрайтерство и ролевое движение – явления одного порядка: в ролевых играх толкинисты входят в образ персонажей, начинают мыслить, как они, а в фикрайтерстве подобный путь проходят авторы фанфиков.

Ключевые слова: толкинизм, книгоиздание, ролевые игры, фанфикшн, субкультура, фэнтези, Толкин, массовая культура.

Anna S. Gus'
Samara National Research University
named after S.P. Korolev

THE IMPACT OF BOOKS J. R. R. TOLKIN ON WORLD CULTURE

Abstract. The article is devoted to the question of the influence of JRR Tolkien's books on world culture. The subculture of Tolkienism is considered as a phenomenon generated by the writer's work. Information is given about the first translations of Tolkien into Russian, about translated editions published in the USSR, as well as such phenomena of «Tolkienism» as role-playing games and fanfiction literature. It is shown that fic-writing and role-playing are phenomena of the same order: in role-playing games, Tolkienists enter the image of characters, begin to think like them, and in fic-writing, authors of fanfiction follow a similar path.

Keywords: tolkienism, book publishing, role-playing games, fanfiction, subculture, fantasy, Tolkien, a mass culture.

Творческое наследие Дж. Р. Р. Толкина, как справедливо отмечает П. А. Прошутинская, «активно перерабатывается современной массовой культурой» [1, с. 204]. Влияние его нашло отражение в зарубежной и отечественной литературе, графике, музыке, кино. Определение этого влияния представляет особую проблему, решение которой позволило бы выявить как сами явления, порожденные фэнтезийным творчеством Толкина, так и то, как именно они повлияли на мировую и отечественную культуру.

В этом и заключается наша цель — изучить влияние книг Дж. Р. Р. Толкина на мировую культуру, которая преследует задачи:

- 1) рассмотреть первые в России издания Толкина и переводы его книг на русский язык;
- 2) дать определение понятиям «толкинизм» и «толкинисты»;
- 3) рассмотреть ролевое движение как проявление «толкинизма»;
- 4) рассмотреть проявления «толкинизма» в литературе и кино.

Исходя из поставленных задач, в ходе исследования нами были использованы общенаучные методы: описательный, сравнительный (компаративистский), сравнительно-исторический.

Издания Толкина и переводы его книг на русский язык

Советская власть долго не давала добро на выход в свет романа «Властелин колец». Критики не оценили заложенного в книге смысла и посчитали, что в ней есть «пессимистическая концепция о необратимом влиянии зла на историческое развитие» [2], поэтому произведения Толкина сначала вышли в СССР самиздатом. Первые переводы появились в 1960-е гг. и уходили к своим первым русскоязычным читателям, как это тогда было принято, в машинописи. Их отдавали надежным знакомым, а те в свою очередь передавали дальше.

Первым профессиональным переводом «Властелина колец» стала «Повесть о кольце» З. А. Бобырь [3]. Но назвать это полно-

ценным переводом будет неправильно, т.к. это все-таки — адаптированный пересказ. Отличием от оригинала стала переводческая вольность: З. А. Бобырь была знакома с научной фантастикой за рубежом и адаптировала толкиновский текст так, что он стал историей о пятерке ученых, которые нашли то самое «кольцо». Именно благодаря жанру вольного перевода (по сути, переложению) в толкиновской истории нельзя было разглядеть какие-либо политические аллюзии. Но даже в таком виде произведение не вышло в свет сразу: труды переводчицы сочли чересчур экспериментальными и не подходящими для советского читателя. Однако среди других самиздатовских книг «Повесть о Кольце» З. А. Бобырь не затерялась, и в 1980-е она стала фундаментом для другого перевода, сделанного Н. А. Григорьевой и В. И. Грушецким [3].

«Повесть о Кольце» вышла в печати только спустя 25 лет после ее создания [4], и к тому времени она оказалась менее востребованной на фоне других появившихся переводов. Первым же официальным переводом без кардинальных изменений, но в несколько сокращенном виде, стала работа А. А. Кистяковского и В. С. Муравьева [5], вышедшая тиражом в 100000 экз.

Возникновение субкультуры «толкинизма»

Считается, что к появлению фанатов Толкина в нашей стране привела публикация перевода А. А. Кистяковского и В. С. Муравьева. Однако многие читатели критиковали этот перевод, справедливо считая, что он не передавал всего авторского фэнтезийного замысла из-за имеющихся в тексте сокращений. Незнание английского языка не позволяло прочесть оригинал широким массам, но тем, кому удавалось с ним ознакомиться, понимали, что различные переводы и оригинал представляют собой совершенно разные концептуальные замыслы. В этих спорах о тексте в нашей стране и сформировалась субкультура «толкинизма», а приверженцев которой стали называть «толкинистами». Сами «толкинисты» говорят о себе, что они не просто исследователи и любители творчества Толкина, считая, что «толкинизм» — это еще и особое «мировоззрение и образ жизни» [6]. К этому следует добавить, что

Проявления «толкинизма» в литературе и кино

толкинистов объединяют различные роды деятельности, диктуемые фэнтезийным миром, в том числе и изучение эльфийских языков, которые можно встретить в книгах Толкина.

В СССР феномен «толкинизма» отчасти был реакцией на мировоззренческий вакуум, сформированный тогдашним общественно-политическим устройством. Для советского читателя «толкинизм» стал своего рода борьбой с энтропией и обретением новых смыслов. Так, СССР стал страной победившего «толкинизма» вслед за Англией, США, Канадой, Италией, Испанией, Швейцарией, Эстонией и др., где «толкинизм» был распространён наравне с другими субкультурами: хиппи, битниками, байкерами, скинхедами. У нас же «толкинизм» в это время соседствовал со стилями.

Ролевое движение как проявление «толкинизма»

Субкультура «толкинизма» выражалась также в создании фанатами книг Толкина особых игр по мотивам известных сюжетов, которые разыгрывались в реальности. У нас и в вышеуказанных западных странах эти игры стали следствием субкультуры ролевиков. Сами эти игры принято называть «ролевыми» или «играми живого действия». Они представляют собой моделирование событий, происходящих в определенном мире в определенное время, и если их с чем-то сравнивать, то ближе всего к ним — театральная импровизация.

Каждый участник имеет свою цель в сюжете игры и аутентичный костюм. Площадка, на которой разворачивается игра, также подбирается и обустроивается. Действие может длиться несколько дней или даже недель.

Первая ролевая игра толкинистов — «Хоббитские игрища» — состоялась в СССР в 1990 г. под Красноярском, в ней приняло участие около 130 человек.

На Западе первая ролевая игра не была напрямую связана с творчеством Толкина, но тем не менее обращение к творчеству писателя в ней тоже было. Впервые такая игра состоялась в США («Dagorhir Battle Games», г. Вашингтон, 1977).

Помимо ролевых игр, поклонники творчества Толкина создают собственные произведения, основанные на толкиновских сюжетах. Само такое творчество называется фикрайтерством, а продукт такого творчества — фанфиком или фанфикшном. Пожалуй, самым известным фанфиком по творчеству Толкина является «Черная Книга Арды» (по мотивам «Сильмариллиона»). По сути, фанфикшн и ролевые игры — вещи одного порядка: и там, и там люди примеривают на себя судьбы персонажей, переживают их чувства. В ролевых играх толкинисты входят в образ персонажей, начинают мыслить, как они, а в фикрайтерстве подобный путь проходит автор фанфика.

Помимо литературы, субкультура «толкинизма» нашла выражение и в кино. Так, например, относительно недавно вышел фильм «Я — эльф» (Россия, 2016). Эта короткометражная работа (30 мин.) режиссера А. Шалгановой рассказывает о женщине, которая поглощена ролевыми играми настолько, что и вне полигона продолжает мыслить себя эльфом. В своих кругах ее зовут — Таллалирэль.

Результаты исследования:

- 1) первый «академический» перевод «Властелина колец», выполненный В. С. Муравьевым, А. А. Кистяковским, актуализировал субкультуру «толкинистов» в СССР;
- 2) субкультура «толкинизма» в нашей стране и сформировалась на основе споров о переводах произведений Толкина на русский язык;
- 3) субкультура «толкинизма» выражалась в создании ролевых игр по мотивам известных сюжетов произведений книг Толкина;
- 4) проявления «толкинизма» нашли выражение в литературных произведениях по мотивам творчества Толкина — фанфикшне, а также в киноиндустрии.

Заключение

Своим творчеством Дж. Р. Р. Толкин породил на свет субкультуру, которая оказала и до сих пор продолжает оказывать влияние

на мировую культуру: по мотивам его книг создаются литературные фанфики, ролевые игры, снимаются кинофильмы.

Библиографический список

1. **Прошутинская П. А.** Текст Толкина как интертекст современной культуры // Ярославский педагогический вестник. – 2009. – № 4. – С. 201–204.
2. Большой энциклопедический словарь. М.: Сов. энцикл., 1991. – URL: [https://rus-big-enc-dict.slovaronline.com/69158-Толкин,%20Толкиен%20\(Tolkien\)%20Джон%20Роналд%20Рейел](https://rus-big-enc-dict.slovaronline.com/69158-Толкин,%20Толкиен%20(Tolkien)%20Джон%20Роналд%20Рейел) (дата обращения: 23.03.2022).
3. **Толкиен Дж. Р. Р.** Властелин Колец. В 2 т. / Пер. с англ. Н. Григорьевой, В. Грушецкого. М.: ТО «Издатель», 1993.
4. **Толкин Д. Р. Р.** Повесть о Кольце: Роман в трех частях / Пер. с англ (в сокращении) З.А. Бобырь. – М.: СП Интерпринт, 1990.
5. **Дж. Р. Р. Толкиен.** Хранители: летопись первая из эпопеи «Властелин Колец» / Сокр. пер. В. Муравьева, А. Кистяковского. – М.: Детская литература, 1982.
6. Толкинизм как мировоззрение и образ жизни. – URL: <http://hobbit-hole.narod.ru/jrrt/TTT1.htm>. (дата обращения: 23.03.2022).

Гузь Анна Сергеевна – студентка бакалавриата, 1 курс, факультет филологии и журналистики, направление подготовки 42.03.03 Издательское дело (кафедра издательского дела и книгораспространения), Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, Самара, Россия. E-mail: inkovalera3@gmail.com.

УДК 316.772.2

*Анастасия Олеговна Гущина,
Александра Игоревна Егорова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛЬНОГО И НЕВЕРБАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ФИННОВ И РУССКИХ (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОГО СЕТЕВОГО ВИДЕОХОСТИНГА)

Аннотация. В статье рассматриваются особенности поведения финнов и русских в процессе коммуникации. Особое внимание уделяется выявлению особенностей культурного поведения представителей этих национальностей по теории Ричарда Д. Льюиса. В данной статье проанализированы материалы из видеохостинга YouTube с целью установления основных закономерностей вербального и невербального поведения финнов и русских. Данная статья раскрывает реальные вербальные и невербальные паттерны общения финнов и русских в 21 веке в соответствии с известными научными теориями и утверждениями относительно культурных особенностей коммуникативного поведения представителей данных культур. Описываются наиболее распространенные средства невербальной коммуникации среди русских и финских видеоблогеров. Сделан вывод об основных особенностях поведения финнов и русских в процессе коммуникации.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, вербальная и невербальная коммуникация, видеохостинг, русские, финны.

*Anastasia O. Gushchina,
Alexandra I. Egorova*
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

FEATURES OF VERBAL AND NON-VERBAL BEHAVIOR OF FINNS AND RUSSIANS (ON THE EXAMPLE OF SOCIAL NETWORK VIDEO HOSTING)

Abstract. The article considers the features of behavioural patterns of Finns and Russians in the communication process. Special attention is paid to

identifying the cultural behaviour characteristics of the representatives of these nationalities considering the Richard D. Lewis' theory. This article analyses the materials from YouTube video hosting to establish the main patterns of verbal and non-verbal behaviour of Finns and Russians. The article reveals these nowadays communication patterns of Finns and Russians in accordance with the well-known scientific theories regarding culturally conditioned communicative behaviour. The most common means of non-verbal communication among Russian and Finnish videobloggers are listed. The conclusion about common behavioural patterns of these nationalities in communication process is given.

Keywords: intercultural communication, verbal and nonverbal communication, video hosting services, Russians, Finns.

В настоящее время глобализация затрагивает практически все сферы жизни современного человека. В связи с этими контактами с представителями других национальностей часто становится неотъемлемой частью деятельности многих людей. Однако культурная коммуникация часто осложняется невозможностью верно распознать жесты, знаки и прочие составляющие невербальной коммуникации и паравербальных средств коммуникации, сопровождающие речевое высказывание. Финляндия является соседней для России страной, сотрудничество с которой имеет немаловажное значение для всего Северо-Западного региона. Существует ряд исследований российских и зарубежных авторов, выявивших национальные особенности финнов и русских при коммуникации. Мы считаем необходимым проверить результаты и подтвердить актуальность данных исследований среди представителей современного поколения как финнов и русских, в частности, популярных видеоблогеров. Базой нашего исследования был выбран популярный видеохостинг YouTube.

Для начала рассмотрим поведение в процессе коммуникации представителей финской национальности. Из работы авторов Ш. Нишимура, А. Невги и С. Телла [1, с. 788] становится ясно, что по теории Р. Льюиса можно определить общие **ценности** характерные для финского народа: демократия; самоопределение; половое равенство; рабочая этика; права человека; экология. К стилю коммуникации можно отнести следующее: интроверт; скром-

ность; тихость; размышления в тишине; отсутствие склонности к перебиванию собеседника. Также использование жестов, поз тела, совершение прочих движений, которые могут быть восприняты как сигналы невербальной коммуникации не принято использовать во время контакта с малознакомыми людьми. Для финнов характерно избегание невербальных действий при коммуникации и движений, которые могли бы быть приняты за проявление слабости, некомпетентности или за недостойное поведение. Финны склонны к непрерывному и осознанному анализу своего невербального поведения [2, с. 224–225].

По Льюису финны определяются как «сверхмолчаливая нация» [1, с. 788]. Финны проявляют уважение к собеседнику, слушая молча и не перебивая. В Финляндии также считается невежливым навязывать своё мнение окружающим, что также выражается в молчаливом слушании собеседника. В случае сходства мнений финн, скорее, кивнет или улыбнется, чем выскажется напрямую [3, с. 7]. Молчаливость и задумчивость финнов также часто сопровождается серьезностью, что неизменно распространяется на их решения что-либо предпринять. Русским характерна групповая идентичность. Это объясняется сложной бюрократической системой, которая подталкивает людей к некой сплоченности. В результате, в русском сознании существует установка, что отношения особенно важны в сложившейся ситуации и знание нужных людей во многом облегчают жизнь, несмотря на необходимость выйти из установленных правил. По мнению Д. Ванхалакки, это объясняет, почему русские предпочитают говорить прямо в процессе принятия решений. По модели Льюиса русскому национальному характеру присущи привычка говорить большую часть времени, многозадачность, эмоциональность, перебивать, поиск связей с влиятельными людьми и нетерпеливость [4, с. 17].

Тем не менее, необходимо принять во внимание некоторую отвлеченность этих теорий от существующих в настоящее время реалий и будет рациональнее соотнести данные о представителях данных культур с их деятельностью на современной публичной интернет-площадке. В качестве особенностей русских видеобло-

геро можно выделить частое использование разговорных, просторечных слов и выражений. Также употребление различных оборотов речи, выразительных определений слов [5, с. 130–131]. Для более эффективного анализа коммуникативного поведения финнов и русских мы отобрали несколько видео с YouTube разных жанров, разделив предмет изучения на категории из-за специфических особенностей, присущих разным жанрам видео, и для более рационального сравнения, анализа привычек общения двух культур в соответствии. Анализу подверглись следующие жанры: реакции; видеоигры («летсплеи») и влоги, видео-формат блога.

Прежде всего обратимся к распространенному в последнее время жанру «реакции». В финском видео [6] двое ведущих – Телма Сибберг и Валттери Лехтинен. Приветствие, краткий привет «hei», в видео можно услышать только от Валтера. Оно сопровождается улыбкой и жестом поднятой руки с открытой ладонью к зрителю. В видео часто происходят радостные и неожиданные выкрики, сопровождающиеся активным использованием гримас, искажений черт лица, для усиления эффекта от сказанной фразы. От Телмы заметны такие жесты как кратковременное перекрещивание рук на груди, покачивание кистями в форме «лодочки» в сторону собеседника. Важно отметить повышение голоса при обращении обоих ведущих к зрителям. К концу видео голоса, ведущих стихают, что характерно для финской речи: фразы к концу становятся тише. При прощании Валтер говорит быстро и кратко «moi-moi» (Здесь и далее перевод: пока-пока!), а девушка «hei-hei» (пока-пока!). Оба синхронно поднимают левую руку с открытой ладонью в сторону зрителя. Видео российских видеоблогеров Никиты Гридина и Антона Власова [7] в жанре «реакции» немного отличается от видеоролика финнов. Первое приветствие адресуется собеседнику в кадре. После чего оба смеются и издают громкие праздные звуки «ту-ту!». И наконец, герои жмут друг другу руки. Их взгляды устремляются к зрителю. Никита, улыбаясь поднимает вверх левую руку в знак приветствия, а Антон произносит «Ну, ребята, здравствуйте, рады вас видеть!». После этого оба свистят и трясут

руками, будто они поддерживают свою команду на соревновании (здесь прослеживается явное преувеличение в приветствии). Оба имитируют маленькие сценки, выражая театральное удивление. Кроме того, оба ведущих избегают длительного зрительного контакта. Если смотрят друг на друга, то лишь на очень короткий период времени. Речь сложно назвать монотонной, но при этом она не слишком сильно прерывается смехом.

В жанре «летсплей» всё внимание видеоблогера-игрока Юусо Карикууси [8] фокусируется на процессе игры. Видео начинается с имитации игры на гитаре и песни о теме рубрики «random pelit» (случайные игры). Вместо приветствия и представления самого себя Юусо складывает пальцы домиком, а после разводит руки в разные стороны. В течение видео голос блогера умеренный и быстрый, однако иногда можно услышать выкрики. Когда Юусо что-то уточняет, то указывает пальцем в экран. Когда хочет пожаловаться, то складывает пальцы вместе и направляет в экран. В конце видео Юусо обращается к зрителям: «Isoa kiitos että katsoit loppuun asti» (большое спасибо, что досмотрел до конца). И наконец, Юусо делает жест, как будто отдает честь. Из русскоязычных видео мы выделили ролики Дмитрия Куплинова [9]. Он произносит коронное приветствие: «Хе-хеей! Всем привет, друзья, меня зовут Дмитрий...». Приветствие очень быстрое, почти неразборчивое. Голос в течение всего видео монотонный, а тембр речи очень быстрый. Смех присутствует, но не громкий. Формат более длинный и размеренный, поэтапный. Встречаются недовольные выкрики, которые сразу меняются на смех. Прощание звучит таким образом: «всем до встречи, ребятушки!». Обращается прямо к зрителю в камеру. Улыбка, качание головой после каждого слова.

В качестве материала для анализа в жанре влог мы выбрали видео Майю Воутилайнен [10] со стороны финских блогеров и также видео Ники Вордвуд (nixelpixel) со стороны российских. Видео Майю Воутилайнен начинается с краткого приветствия «Moikka!» (Привет!) и краткого вступления, затем переходит к основному повествованию. Своего имени девушка не называет. На протяжении всего видео она активно жестикулирует, часто поворачивает,

и наклоняет голову, разводит руки в стороны. Майю довольно эмоциональна, использует мимику. Она смотрит в камеру, стараясь сохранять прямой зрительный контакт со зрителями. Речь девушки быстрая и динамичная. Однако голос становится тише к концу фразы. В конце одного из предложений Майю Воугилайнен улыбается и говорит: «...ja nähdään seuraavassa videossa. Hei-hei!» (...и увидимся в следующем видео. Пока-пока!), машет рукой и посылает воздушный поцелуй зрителям. Видеоролик Ники Вордвуд также начинается с простого приветствия «Всем привет!», однако затем девушка представляется и рассказывает предысторию темы видео. Вступление получилось длинным, и девушка предлагает зрителям начать смотреть видео по таймингу, указанному в описании. В течение видео Ника также старается сохранять прямой зрительный контакт. По сравнению с Майю у девушки менее динамичная речь и активная жестикуляция, но её руки также часто появляются в кадре, меняется интонация голоса, ритм речи, присутствует активная мимика. В конце видеоролика Ника Вордвуд благодарит всех за просмотр и напоминает про ссылки в конце описания к видео. Самый последний кадр — Ника со смешным выражением лица.

Таким образом, мы выделили ряд особенностей и закономерностей в поведении финнов и русских видеоблогеров и сопоставили их с особенностями культурного поведения различных исследователей и сделали следующие выводы. Во-первых, скорость речи как русских, так и финских видеоблогеров весьма динамична, тембр голоса немонотонный. Видеоблогеры обеих национальностей вне зависимости от выбранных нами жанров используют различные средства невербальной коммуникации. Видеоблогеры-финны отличаются внимательностью по отношению к собеседнику, нежеланием открыто выражать своё мнение, если оно противоречит мнению другого участника беседы. Можно выделить эти черты в качестве особенностей национального характера финнов, сохраняющихся также при создании видео, предполагающих некоторые изменения в поведении. Они совпадают с выводами других исследователей. Во-вторых, использование интерактивной лексики,

жаргонизмов является сходством в вербальном и невербальном поведении финских, русских видеоблогеров. Подобное поведение связано с желанием привлечь потенциального зрителя и удерживать его внимание на протяжении всего ролика за счёт краткого и простого повествования, особенного игрового стиля. Активная невербальная коммуникация присутствует также и у финнов, вопреки классическим исследованиям. Использование такого рода лексики можно считать следствием глобализации. Она повлияла на стиль коммуникации финнов, так как обширные возможности Интернета во многом содействуют тенденциям изменения общенационального поведения финнов, заложенного в их национальном характере.

Стоит отметить, что проанализированный материал может частично отражать индивидуальные особенности говорящих. Тем не менее, подобный анализ возможен при сравнении ограниченного количества невербальных средств общения для установления общих закономерностей коммуникативного стиля, который присущ определенной возрастной группе представителей той или иной культуры.

Библиографический список

1. **Nishimura Sh.** Communication Style and Cultural Features in High/Low Context Communication Cultures: A Case Study of Finland, Japan and India / Sh. Nishimura, A. Nevgi, S. Tella. — URL: https://www.researchgate.net/publication/255646167_Communication_Style_and_Cultural_Features_in_HighLow_Context_Communication_Cultures_A_Case_Study_of_Finland_Japan_and_India (дата обращения: 10.03.2022).
2. **Крейдлин Г. Е.** Невербальное поведение людей разных культур в диалоге I: Финская и русская жестовые системы // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии (по материалам ежегодной Междунар. конф. «Диалог 2009»). — МоскваИзд-во РГГУ. — 2009. Вып. 8 (15). — С. 224–229.
3. **Lewis Richard D.** When cultures collide: leading across cultures. — Nicholas Brealey Publishing, 2007. —P. 591.
4. **Vanhalakka J.** Venäjä-kuva suomalaisessa mediassa // ХАМК, 2019. — P. 54.

5. **Лобанова С. В.** Некоторые особенности индивидуального стиля блогера – представителя современного шоу-бизнеса (на материале блогов И. А. Богушевской) // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). – 2016. – № 2. – С. 129–134.

6. EN MUISTA NÄIDEN NIMIÄ” | Thelma ja Valteri reagoi Sohvaergunoihin. Канал «Yle Areena». 1.10.2021 // Youtube: [сайт]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=VF_zG1cYJ4k&ab_channel=YleAreena (дата обращения: 22.02.2022).

7. ЛЮДИ ИСЧЕЗАЮТ БЕЗ СЛЕДА – ТОП МАССОВЫХ ЗАГАДОЧНЫХ ИСЧЕЗНОВЕНИЙ. Канал «Anton Vlasov». 28.1.2022 // Youtube: [сайт]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=nweDuJBkw8&t=2160s&ab_channel=AntonVlasov (дата обращения: 22.02.2022).

8. Miten tää on VIELÄKIN HUONOMPI? / Random pelit. Канал «Herbalisti». 7.3.2022 // Youtube: [сайт]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ADtu-YJbTEM> (дата обращения: 22.02.2022).

9. ОПЯТЬ ПЯТЬ ИГР В ОДНОМ ВИДЕО. Канал «Kuplinov ▶ Play». 28.3.2021 // Youtube: [сайт]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mh2N9NEuTDQ&t=318s> (дата обращения: 22.02.2022).

10. SEKSIÄ EI OLE PAKKO HARRASTAA. Канал «maiju». 1.8.2017 // Youtube: [сайт]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=e9MczbeRdm0> (дата обращения: 22.02.2022).

Гущина Анастасия Олеговна – бакалавр, Высшая школа международных отношений «Зарубежное регионоведение», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: 20145w@gmail.com.

Егорова Александра Игоревна – бакалавр, Высшая школа международных отношений «Зарубежное регионоведение», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: alexandra.ego@mail.ru.

УДК 81'38

Анна Владимировна Емелина,

Наталья Борисовна Смольская

Санкт-Петербургский
политехнический университет Петра Великого

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ ЭЛИТАРНЫХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению лингвокультурных особенностей заголовков элитарных журналов с позиции привлечения внимания. Анализу подвергаются морфологические и синтаксические характеристики, которые позволяют говорить об отличительных чертах языка заголовков. Особое внимание в статье уделяется таким особенностям как подбор слов и грамматических структур, которые позволяют авторам манипулировать сознанием аудитории для привлечения внимания.

Ключевые слова: лингвокультурные особенности, глянецовый журнал, заголовки элитарных глянецовых журналов, массмедийное пространство.

Anna V. Emelina,

Natalia B. Smolskaya

Peter the Great St. Petersburg

Polytechnic University

LINGUISTIC AND CULTURAL FEATURES OF THE ELITE GLOSSY MAGAZINES' HEADLINES

Abstract. The article is devoted to the consideration of the linguistic and cultural features of the headlines of elite magazines from the perspective of attracting attention. Morphological and syntactic characteristics are analyzed, which allow us to talk about the distinctive features of the heading language. Special attention in the article is paid to such features as the selection of words and grammatical structures that allow the authors to manipulate the consciousness of the audience to attract attention.

Keywords: linguistic and cultural features, glossy magazine, headlines of elite glossy magazines, mass media space.

В статье рассматриваются лингвокультурные особенности построения заголовков женских глянцевого элитарных журналов, так как именно заголовки отражают основную информацию, излагаемую в текстах периодических изданий, и занимают важную роль в медиапространстве. Газетно-журнальный заголовок является особой формой письменной речи, для правильной трактовки заложенного значения в него необходимы определенные знания в области культуры, так как язык СМИ находится в процессе постоянного обновления языковых средств, которые отражают окружающую действительность и формируют интертекстуальную языковую картину мира. Психологические исследования доказали, что читатели сначала смотрят на иллюстрацию, потом на заголовок, и только потом читают текст. Исследователями было отмечено, что число людей, которые читают заголовки, в пять раз больше, чем людей, читающих сам текст статьи. Таким образом, по мнению А. П. Бессонова, заголовок — это «своего рода вывеска, и чем она красочнее, тем больше гарантии, что материал будет прочитан» [3, с.3].

Газетно-журнальный заголовок — это сложное коммуникативное явление, которое характеризует речь отправителя и его влияние на восприятие получателя, которое вызывает определенную ответную реакцию. [4, с. 17-18]. То есть это не просто сжатая информация о тексте, а способ привлечения внимания читателей и побуждение к прочтению определенной информации.

Ценность глянцевого журнала заключается в том, что одна из главных целей этих периодических изданий — это пропаганда гламура и роскошной жизни, популяризация клипового мышления благодаря значительному количеству рекламных текстов, которые таким образом оказывают влияние на общественное и индивидуальное сознание.

По мнению российского публициста и литературного критика А. Агаева «глянцевый журнал» (в разговорной профессиональной речи именуется «глянец») — это калькированное с английского языка «glossy magazine», которое интерпретируется как «a magazine printed, containing a lot of bright fashionable pictures but not much serious information» (журнал, напечатанный на блестящей бумаге

и содержащий большое количество ярких и модных изображений, но мало серьезной информации) [2, с. 45].

Ключевая миссия глянцевого журнала связана с феноменом культуры, продуктом индустрии досуга. В связи с возникновением у большинства людей избытка свободного времени, появилась необходимость в «досуге», т. е. одна из миссий журнала — заполнение свободного времени. На ряду с этим — развлекательный аспект — авторы журналов избегают серьезных тем, фокусируясь на проблемах, решение которых не требует принятия сложных решений, но несмотря на это сохраняют интригу до конца повествования. Т. е. главная цель — снятие стресса и отвлечение читателей от реальных проблем, на решение которых потребуется много времени и сил. Этот положительный аспект помогает эмоционально разрядиться и отдохнуть.

Так как журналы выполняют различные функции, такие как развлечение и информирование, существуют разные средства для выполнения этих функций. Принято считать, что общие особенности наиболее ярко проявляются именно в заголовках. По мнению Д. Дор заголовок — это не всегда представление краткой информации о тексте, некоторые заголовки отражают только определенный пункт или содержат цитату или материал, не освещенный в статье. На ряду с этим, заголовки могут выступать в роли загадки или выполнять прагматическую функцию, суть которой заключается в лингвистическом канале связи между автором и читателем. Автор закладывает в заголовок определенную лингвистическую подоплеку, которую читатель должен распознать. Подводя итог вышперечисленному, можно заключить, что заголовок не всегда выступает как краткое отражение содержания текста.

Остановимся на основных приемах, которые используются журналистами на разных языковых уровнях. Один из главных внутриязыковых стимулов, который актуализирован в заголовках называется «закон экономии языковых усилий», его действие заключается в том, что «в процессе употребления языка, говорящие осуществляют отбор наиболее рациональных для целей общения языковых средств» [1, с. 35].

На лексическом уровне в заголовках часто используются короткие слова, которые имеют более выразительное значение, в отличие от повседневных выражений, одним из важных пунктов является использование коннотативно нагруженной лексики.

Аллитерация – приём, который часто встречается в поэзии, так как выполняет функцию благозвучия, но также аллитерация является хорошим способом привлечения внимания: «*Spritz, Splash, Smile*» (реклама дымки для тела).

Авторы англо-американских статей часто прибегают к использованию фоновых знаний читателей:

Аллюзии – содержит указание, аналогию или намёк на литературный, исторический, мифологический факт, который закреплён в текстовой культуре или разговорной речи: *Under The Sea* (о дизайне квартиры в ультрамариновых цветах. Использована отсылка к песне 1989 к мультфильму «Русалочка»). *Living La Vida LOCAL*.

Чаще всего встречаются рифмованные заголовки, использование которых оправдано усилением экспрессивной окраски текста, создают некую словесную игру, иногда придают ироничный, смешливый характер:

– *EASY&BREEZY* (о новой весенней коллекции одежды для офиса);

– *ONLY THE LONELY*.

На морфологическом уровне закон экономии языковых усилий находит свое применение в использовании конверсивов, т. е. слово используется в качестве другой части речи без добавления суффикса или изменения формы.

– *Getting haircolor you Love is an investment*

Нередким является использование аббревиатур для экономии места на странице, особенно, если речь идёт о рекламе с большим количеством иллюстраций, наряду с этим аббревиатуры скрывает ещё одну функцию – привлечение внимания читателя, и заставить задуматься над расшифровкой.

– *PRADA* (в рекламе модного дома даётся интересная расшифровка *Playful Reduction Anchors Daring Aesthetics*).

В последнее время стал популярным среди заголовков рекламных текстов приём телескопического сращения, который образует новое слово при помощи начальной части одного слова и конечной части другого. Такие слова вызывают неподдельный интерес у читателей.

– *ASK YOUR ASTROLOBESTIE*.

На синтаксическом уровне выявлены разные типы предложений:

– Вопросительные предложения: *Why don't you...?, Are you afraid to wash your hair?*

– Восклицательные предложения: *Oh, What a Night!*

– Повелительные предложения: *Be slick. Be sexy. Be ready for anything life.*

– Предложения с отрицанием: *The Sky is not the Limit...*

– Вопрос в форме утверждения: *Smoothing Out Wrinkles? Easy. Give it a Week.*

– Парацелированные предложения: *Sleek. Defined. On Point.*

– Номинативные предложения: *One Simple Sweep.*

В настоящее время в условиях изобилия рекламных текстов и статей, необходимым умением журналистов является привлечение внимания читателей, для этого нужно разобраться в мыслительных процессах, чувствах и интересах аудитории и использовать привычный для неё язык. Поэтому необходимо знать лингвистические особенности языка и использовать их в статьях и заголовках.

Язык изменчив и восприимчив к переменам в обществе, стилистические приёмы, которые направлены на извлечение из фоновых знаний определенной национально – культурной информации, часто используются журналистами эмоционально окрашивая заголовки, привлекая внимание читателей, и побуждая их прочитать основную текст статьи. Но такие заголовки могут вызвать затруднения в понимании у представителей других культурных сообществ, так как связь заголовков с национально – культурным видением мира людей определяет особенности их интерпретации, в связи с чем заголовки нуждаются в определенной адаптации несмотря на то, что они стали неотъемлемой частью статей английских журналов.

Библиографический список

1. Dor Daniel. "On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers" Journal of Pragmatics. 2003. — pp. 695–721.
2. Агеев А. Газета, глянец, интернет. Литератор в трех средах. М.: Новое литературное обозрение, 2001. С. 214.
3. Бессонов А. П. Газетный заголовок. — Л.: Наука, 1958. — 62 с.
4. Полякова Е. В. Газетный заголовок в качественной и некачественной прессе: Учеб. пособие / Е.В. Полякова. — Таганрог, 2007. — 100 с.

Емелина Анна Владимировна — студент; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург. E-mail: a.emelina@mail.ru.

Смольская Наталия Борисовна — доцент, кандидат филологических наук, доцент Высшей школы лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия. E-mail: smolskaya_nb@spbstu.ru.

УДК 321.01

Дарья Андреевна Козлова
Московский государственный
университет имени М. В. Ломоносова

ОБРАЗ «ЧУЖОГО» В ОСМЫСЛЕНИИ ИТОГОВ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ: Э. ЮНГЕР VS Э. М. РЕМАРК¹

Аннотация. История социально-политических учений интересна ее исследователям возможностью конструирования заочных полемик между певцами своих эпох. Эрнста Юнгера и Эриха Марию Ремарка можно считать не только наиболее яркими авторами военной прозы Германии XX века, но и представителями двух антагонистических направлений мысли, отражающих рефлексию немецкого общества по поводу итогов Первой

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Ученого совета факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова в рамках реализации научного проекта «Проблема войны и мира в творчестве Э. Юнгера».

мировой войны — милитаристского и пацифистского. В докладе анализируются и сравниваются взгляды двух литераторов с точки зрения исследования оппозиции «свой-чужой», что остается необычайно важным в условиях актуализации в массовом сознании понятий «другого» и «иного», а также возрастания популярности таких методов проведения исторической политики, как войны памяти.

Ключевые слова: Первая мировая война, оппозиция «свой-чужой», Эрнст Юнгер, Эрих Мария Ремарк.

Darya A. Kozlova
Lomonosov Moscow State University

THE IMAGE OF «FOE» IN THE FIRST WORLD WAR'S OUTCOMES PERCEPTION: E. JUNGER VS E.M. REMARQUE

Abstract. The history of socio-political studies is interesting for the possibility of constructing correspondence polemics between philosophers. Ernst Junger and Erich Maria Remarque can be considered representatives of two antagonistic schools of reflection on the results of the WWI in Germany — militaristic and pacifist. The report compares the views of two writers from the point of studying the opposition «friend or foe», which remains extremely important in the context of the actualization of the concepts of «other» and «other» in the mass consciousness as well as the growing popularity of wars of memory.

Keywords: World War I, «friend or foe» opposition, Ernst Junger, Erich Maria Remarque.

Эрнста Юнгера и Эриха Марию Ремарка можно по праву считать не только одними из наиболее ярких авторов военной прозы Германии XX века, но и представителями двух антагонистических направлений мысли, отражающих рефлексию немецкого общества по поводу итогов Первой мировой войны — милитаристского и пацифистского.

Непримиримость обоих направлений четко обозначил Пюнтер Грасс в романе «Мое столетие», который был удостоен Нобелевской премии. Работа немецкого писателя была интересна тем, что в ней он охватил целый век, каждому году посвятив отдельную гла-

ву, в которой содержался короткий рассказ, вырезки из газет или же сконструированная полемика, как в случае с главами «1915», «1916», «1917», «1918», посвященными заочной дискуссии Э. Юнгера и Э. М. Ремарка и символически совпадающими с рамками Первой мировой войны.

Разводя писателей по противоположным углам идеологического ринга, Грасс писал: «Не сказать, что почтенные господа тут же затеяли спор, но они всячески давали мне понять, что по вопросам войны придерживаются несхожего мнения, исповедуют противоположный стиль и вообще являются выходцами из разных лагерей. Если один до сих пор именовал себя «неисправимым пацифистом», другой желал, чтобы его считали «анархистом»» [1, с. 35].

Важное место в полемике Эрнста Юнгера и Эриха Марии Ремарка занимает оппозиция «свой-чужой», а именно дуальное восприятие противника в рамках этих категорий. Обратимся к работам обоих авторов, чтобы прояснить особенности их концепций.

За Эрнстом Юнгером давно закрепилось прозвище «сейсмографа эпохи», абсолютно точно передававшее его способность переводить реальные события в сферу метафизического. До сих пор он остается одной из самых противоречивых фигур XX века, пережившей резкий поворот в социально-политических взглядах. В России он известен в первую очередь как певец консервативной революции и ярый националист, однако стоит сказать, что сегодня наблюдается тенденция к формированию новой традиции перцепции работ автора, смещающая акценты на второй период его творчества, отмеченный уходом во внутреннюю эмиграцию.

Для Эрнста Юнгера, которому с детства жизнь казалась рыцарской авантюрой, «смысл которой — смертельный риск, странным образом отсрочивающий смерть, заставляющий усомниться в самой ее возможности» [2, с. 4], война была особой формой жизни, сосредоточением внутренней силы и энергии, возвышающей множественное над частным. Мыслитель воспевал смерть на поле боя подобно Новалису, тем самым способствуя сближению поэзии и битвы. Именно подобное восприятие войны заставило самого Э. Юнгера, как и героя его романа «Лейтенант Штурм», поддаться

«хмелью войны» и воспринимать противника не только как врага, но и как равного себе поэта, сражающегося за смерть: «Теперь принадлежащие к разным народам, давно казались ему влюбленными, из которых каждый клянется в верности одной-единственной и не подозревает, что все они одержимы одной любовью» [3, с. 55].

Интересно, что в бытность военной службы сам Юнгер испытывал симпатию к англичанам, находясь с ними по разные стороны баррикад, завязывал дружеские отношения и обменивался подарками. Неудивительно, что в 1979 году именно он был приглашен «председательствовать на праздновании в память о Великой битве» [4, с. 559] в Вердене, в городе, которому было суждено стать «столицей мира».

Можно сказать, что отчасти подобное восприятие врага было продиктовано особенным взглядом Э. Юнгера на кризис современной ему эпохи, в качестве ответа на который писатель предложил консервативный национализм. Новое течение выдвигало на первый план задачу по созданию «плодоносной почвы, из которой для нас [прим. немцев] произрастет не отрицание, а новая, более мощная жизнь» [5, с. 263]. Таким образом, на первое место в работах Юнгера выходила не столько борьба с внешнеполитическим противником, сколько попытка уловить в борьбе дух нации, который бы вновь привел страну к процветанию.

Не менее интересный взгляд на оппозицию «свой-чужой» представил Ремарк в романе «На Западном фронте без перемен». Для писателя, чьи романы расходились огромными тиражами в отличие от Юнгеровских, которые около двенадцати лет вообще не появлялись на книжных полках, было важно освятить проблему потерянного поколения. Именно поэтому военный противник для него был не столько ненавистным врагом, сколько товарищем по несчастью с загубленной судьбой.

Ремарк, как и Юнгер, отмечает силу и энергетическую мощь войны, однако он скорее ее страшится, нежели видит в ней движение Абсолютного Духа: «Фронт представляется мне зловещим водоворотом. Еще вдалеке от его центра, в спокойных водах уже начинаешь ощущать ту силу, с которой он всасывает тебя в свою воронку,

медленно, неотвратно, почти полностью парализуя всякое сопротивление» [6, с. 57]. Писатель отмечает бессмысленность действия и в то же время безысходность положения обычного солдата, отправленного на гибель, что и позволяет ему создать переход между категорией «чужого» и «своего»: «Все мы — братья, связанные странными узлами, в которых есть нечто от воспетого в народных песнях товарищества, от солидарности заключенных, от продиктованной отчаянием сплоченности приговоренных к смертной казни; нас породила та жизнь, которой мы живем, особая форма бытия, порожденная постоянной опасностью, напряженным ожиданием смерти и одиночеством и сводящаяся к тому, что человек бездумно присчитывает дарованные ему часы к ранее прожитым, не испытывая при этом абсолютно никаких высоких чувств» [6, с. 265].

Подводя итог всему вышесказанному, можно отметить, что военная проза Германии XX столетия, рассматривая итоги Первой мировой войны с разных сторон, тем не менее создала новый образ «чужого» в массовом общественном сознании, сблизив его с образом «своего». Важно сказать, что этому сближению предшествовало формирование двух противоположных течений, исходивших из разных оснований: если консервативная революция способствовала стиранию границ между «своими» и «чужими», стремясь уловить движение Абсолютного Духа, который должен был воплотиться в немецком народе, представители движения потеряннного поколения, наоборот, видели сближение между врагами в безысходности положения простого солдата, отправленного на смерть своим правительством.

Библиографический список

1. **Грасс Г.** Мое столетие. — СПб.: Амфора. ТИД Амфора, 2009. — 350 с.
2. **Микушевич В.** Последний рыцарь (Эрнст Юнгер в молодости) // Юнгер Э. Рискующее сердце. — СПб.: Владимир Даль, 2010. — С. 3–35.
3. **Юнгер Э.** Лейтенант Штурм // Юнгер Э. Рискующее сердце. — СПб.: Владимир Даль, 2010. — С. 37–105.
4. **Юнгер Э.** Семьдесят минуло: дневники. 1971–1980. — М.: Ад маргинем Пресс, 2015. — 736 с.

5. **Юнгер Э.** Революция // Юнгер Э. Рискующее сердце. — СПб.: Владимир Даль, 2010. — С. 257–264.

6. **Ремарк Э. М.** На Западном фронте без перемен. — М.: Издательство АСТ, 2019. — 285 с.

Козлова Дарья Андреевна — бакалавр, кафедра «Истории социально-политических учений», Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия. E-mail: dayak.msu@yandex.ru.

УДК 81.30

Анастасия Романовна Удальцова
Санкт-Петербургский
государственный университет

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАИМЕНОВАНИЙ – ЗАИМСТВОВАНИЙ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ МЕДИА ПО ЭКОНОМИКЕ И ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности функционирования англицизмов в узкоспециализированных сетевых изданиях (на примере сетевого издания Rusbase), публикующих материалы на темы экономической и финансовой грамотности. Цель материала — с помощью медиалингвистического анализа определить интенциональность использования профессиональных наименований, специфику их применения в медиаречи. В ходе медиалингвистического анализа выявлена тенденция: применение заимствований не только способствует профессиональной самоидентификации представителей аудитории издания, но и вступает в тесную связь с элементами цифровой среды, видоизменяя структуру роли журналиста. В статье на функциональной основе классифицирован указанный тип лексики, охарактеризован образ аудитории и журналиста, а также выявлены метапредметные связи с культурой деловой и бизнес-сред.

Ключевые слова: профессиональная идентификация, лексика, англицизмы, образ адресата, бизнес-тренды, онлайн-сообщество.

THE SPECIAL FUNCTIONING OF ANGLICISMS IN EXPERT MEDIA BOUNDED TO FINANCIAL AND ECONOMIC REALMS

Abstract. The article focuses on the features of using anglicisms in expert financial media. The main goal is to determine the intentionality of anglicisms, their function in media context. There is a tendency in applying this category: such forms not only create a special type of audience, but come into interaction with digital elements, modifying the structure of journalist's responsibilities and his audience. The unique usage of such types of lexis make it possible to divide anglicisms into groups and characterise the audience's and journalist's portraits. It also lets us identify meta-subject bonds between business culture and its professional environment.

Keywords: professional identity, anglicisms, audience performance, business trends, online community.

Речевой этикет – сложившиеся в профессиональных онлайн-сообществах правила интеракции [4], с помощью которых в обозначенных группах (к которым мы можем отнести аудиторию и редакцию Rusbase) формируются модели речевого поведения. Потенциальный читатель встраивается в структуру профессионального сообщества, перенимая и правила; под правила подстраивается его модель речевого поведения в группе. Член профессионального сообщества приходит в комьюнити для реализации нескольких целей: интеракции с коллегами и экспертами, получения актуальной информации и признания [3, с. 193–194].

Самоидентификация – важный элемент, определяющий участника аудитории как единицу. Анализируя зрителя и его потребности, издание реализует интенцию взаимного опознавания членов профессионального сообщества – читателя и медиа, и создает свой подязык, который пополняется новыми лексическими единицами и грамматическими правилами.

Перлокутивный эффект использования этой группы лексики в следующем. Использование англицистических форм выступает

способом смыслового позиционирования актантов медиадискурса специализированных СМИ и одновременного частью речевого этикета, так как преобразуются и ожидания результатов такого взаимодействия [5, с. 61]. Переход этих форм обеспечивает взаимодействие бизнес- и технологических сфер; образуются симбиотические формы.

Работ, посвященных вопросам профессиональной идентичности, немало. Однако методологическая основа предмета исследования преимущественно изложена в книге «Антропология профессий, или посторонним вход разрешен» [2]; теоретическую базу предмета исследования заложила Л. Б. Шнейдер [1]. Причины использования заимствований из английского языка изучались Анна А. Эдди [7], тема профессиональной идентичности и специфики использования специализированной лексики была поднята Dawn Archer и Phil Willcox [5]. Принципы и параметры использования англицизмов участниками медиадискурса для создания узкоспециализированных сообществ были выявлены также В. В. Васильевой и Л. Ю. Ивановой [6].

Нас интересуют проявления этого взаимодействия в одном из сегментов медиадискурса: что изменяют эти лексические единицы и как они влияют на онлайн-коммуникацию профессионалов бизнес-сферы.

В качестве источника эмпирического материала было выбрано сетевое издание Rusbase, публикующее материалы на тему финансовой грамотности, экономики и бизнеса. В ходе исследования было проанализировано более 100 публикаций, 20 транскрибированных записей интервью на сайте и в Telegram-канале медиа.

Первоначальное знакомство с материалом показало: англицизмы в медиа для профессионалов постепенно расширяют свое присутствие в медиаречи: в медиатекстах, нацеленных на узкоспециализированную аудиторию, используются как отдельные терминологические элементы-англицизмы, так и целые словосочетания, и фразы.

Чтобы охарактеризовать группы профессиональных заимствований в узкоспециализированных медиа, мы использовали меди-

алингвистический подход. Такой метод включает в себя создание функционально-семантической типологии высказываний, раскрытия их коммуникативного воздействия и парадигматическую проверку [3, с. 64]. Применяя медиалингвистический анализ к исследованию функционирования англицизмов в специализированных медиа по экономике и финансовой грамотности, исследователь хочет выявить интенциональность использования заимствований, специфику их применения в медиаречи.

В ходе медиалингвистического анализа была выстроена классификация профессиональных наименований, дополняющая концепцию «самосепарации» узкоспециализированного издания и его аудитории от массового информационного потока. В классификацию вошли 1) англицизмы в наименовании должностей («*Виктория Храмова, Agile-коуч*»); 2) слова-наименования бизнес-процессов («*стимулировать продажи «загадок» с помощью up-sell*», «*sleepers – позиции с низкой маржинальностью и себестоимостью*». «*достигли TRL (technology readiness level) не ниже 5*»); 3) случаи неоправданного заимствования («*фудкост*»). Также профессиональные наименования могут выступать как составные слова («*Scrum-подход*»). Был выявлен и промежуточный блок, где представлена профессиональная лексика, заимствованная из смежных сфер («*сегмент mobility*», «*SaaS-платформу для анализа digital-маркетинга*»).

В ходе исследования также были обнаружены и «симбиотические» связи, выявляющие структурное и семантическое взаимопроникновение («*HealthTech Map*») между группами.

Новые тренды в деловой сфере диктуют образование новых групп лексики: существуют некоторые профессиональные идиоматические выражения, которые авторы специализированных медиа используют для определения поведения участников текста («*принцип – Everyone is VIP*»).

Создавая классификацию профессиональных наименований – англицизмов, мы исходили из функциональных оснований. Одним из ведущих мотивов для включения этих лексических единиц становится интенция взаимной идентификации профессионала-автора и профессионала-читателя. Выявленный и систематизиро-

ванный в результате анализа подязык подтверждает концепцию обособления аудитории. Креативность, тесно связанная с профессиональной идентичностью и стремлением читателя обладать уникальным знанием [2, с.27], а также информационная перегруженность сепарируют аудиторию от массового информационного потока в избранный канал вещания. Создание собственного «птичьего языка» – маркера для самоидентификации в информационном потоке, построенного на использовании терминов бизнес-среды, выступает реакцией на интенцию актанта к обособлению.

В данном исследовании замечено, что к материалам издания применимо использование схемы, которая активно применяется в культуре Test&Learn [10]. Если данный опыт экстраполировать на медиополе, основными принципами этой концепции выступают лингвистическая креативность (активное внедрение англицизмов в речь), поощрение рефлексивов уже в поведении аудитории и дальнейшее внедрение разнообразных англоязычных вкраплений.

В результате можно сделать промежуточный вывод о том, что созданная нами классификация отражает взаимодействие издания с аудиторией на основе эффективной/неэффективной адаптации англицизма в дискурс: журналист внедряет в свою речь англицизм и наблюдает за реакцией – включением или невключением этого слова в речь эксперта-интервьюируемого. В зависимости от реакции участника интервью, издание может продолжить внедрение конкретного слова и других слов, пополняя словарь своего подязыка. Поскольку автор статьи имеет возможность наблюдать за речевой активностью профессионалов из Rusbase на конференциях, данный эксперимент может иметь большую длительность. Отметим, что описанные приемы оказывают действие и на другие элементы цифровой среды. Так, подходы Big Data в своем анализе опираются на онлайн-СМИ, а значит, обнаруживают эти тенденции [8] и создают новые стратегии, а, следовательно, и потенциальное поле для появления новых заимствований в русском языке и новых экспериментов узкоспециализированных медиа.

Необходимо признать, что изучение процессов функционирования новых лексических единиц имеет решающее значение в

понимании функционирования его внутренних процессов. Существует долгая традиция использования иноязычных вкраплений – англицизмов в разных стилях речи, однако применение англицизмов в медиаречи, а точнее – в узкоспециализированных медиа, обретает особую функцию: оно отвечает цели профессиональной идентификации и самоидентификации, участвует в налаживании обратной связи с аудиторией. Такие выводы помогут расширить понимание о потенциале заимствований-англицизмов в медиаречи.

Библиографический список

1. Шнейдер, Л. Б. Профессиональная идентичность: Монография / Л. Б. Шнейдер. – Москва : МОСУ, 2001. – 272 с. – ISBN 5-89774-023-2.
2. Антропология профессий, или посторонним вход разрешен. – Москва : ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2011. – 356 с. – ISBN 978-5-903360-56-7.
3. Duskaeva, L. Speech etiquette in online communities: Medialinguistics analysis [Electronic resource] / L. Duskaeva // Russian Journal of Linguistics. – 2020. – № 1. – P. 24. – Available from: <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2020-24-1-56-79>.
4. Duskaeva L., Ivanova L. The Speech Etiquette of Professional Groups // Duskaeva, L. (ed.) Speech Etiquette in Slavic Online Communities. Switzerland: Palgrave Macmillan, 2021. P. 95-137. DOI: 10.1007/978-3-030-81747-3_6.
5. Archer, D. The faces at play in performance appraisals: With a focus upon a UK retail organization [Electronic resource] / D. Archer, P. Willcox // Journal of Politeness Research. – 2018. – № 14 (2). – P. 27. – Available from: <https://doi.org/10.1515/pr-2018-0012>.
6. Vasileva, V. Speech etiquette of professional online communities [Electronic resource] / V. Vasileva, L. Ivanova // Russian Journal of Communication. – 2021. – № 13 (2). – P. 17. – Available from: <https://doi.org/10.1080/19409419.2021.1899563>.
7. EDDY, A. A. ENGLISH IN THE RUSSIAN CONTEXT: A MACROSO-CIOLINGUISTIC STUDY : Diss. ...Doctor of sciences philosophy / EDDY A. A.; Graduate School of Wayne State University. – Detroit, Michigan, 2007. – 252 p.
8. Крейнин, В. Г. Теория поколений: кто идет на смену альфам и в чем их особенность / В. Г. Крейнин // Forbes. – 2022.
9. Sinclair, L. 5 главных тенденций в маркетинге для ритейлеров в 2021 году / L. Sinclair, A. Колесникова // Think with Google. – 2021.

10. Савостьянова Н. Почему важна культура Test & Learn и как построить ее в своей компании / Н. Савостьянова, С. Шукюрова // Think with Google. – 2022.

Удальцова Анастасия Романовна – бакалавр, институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург. E-mail: udaltcowa@gmail.com, телефон: +7(911)118-15-17

УДК 82.09

Виктория Айратовна Фазилова

Елабужский институт

Казанского федерального университета

ПРОБЛЕМА СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ В ПАРАДИГМЕ ВЗРОСЛЫЙ-РЕБЁНОК В ПОВЕСТИ А. СВИНГЕНА «БАЛЛАДА О СЛОМАННОМ НОСЕ»

Аннотация. Статья посвящена анализу индивидуально-авторской реализации проблемы становления личности в парадигме взрослый-ребёнок в повести А. Свингена «Баллада о сломанном носе». В результате исследования выявлена взаимосвязь личностных особенностей подростка с характером отношений ребенка с родителями. В произведении автор повествует о подростковом периоде жизни ребенка, который сопряжен с приобретением собственного «Я», самоопределением и желанием признания его «взрослости» окружающими. Для обозначения отношений подростка с окружающим миром автор использует косвенный вид психологизма, обращаясь к описанию душевного состояния героя посредством внутренних монологов, суммарно-обозначающего вида психологизма и симптоматических жестов, позволяющих понять эмоции, которые переживает подросток в повседневной жизни.

Ключевые слова: герой-подросток, детско-юношеская проза, А. Свинген, становление личности, детско-родительские отношения.

**THE PROBLEM OF PERSONALITY FORMATION
IN THE ADULT-CHILD PARADIGM IN A. SWINGEN'S NOVEL
«THE BALLAD OF A BROKEN NOSE»**

Abstract. The article is devoted to the analysis of the individual author's realization of the problem of personality formation in the adult-child paradigm in A. Swingen's story «The Ballad of a broken Nose». As a result of the study, the relationship between the personality characteristics of a teenager and the nature of the child's relationship with his parents was revealed. In the work, the author tells about the teenage period of a child's life, which is associated with the acquisition of his own «I», self-determination and the desire for recognition of his «adulthood» by others. To denote the relationship of a teenager with the outside world, the author uses an indirect kind of psychologism, referring to the description of the mental state of the hero through internal monologues, summarily denoting the type of psychologism and symptomatic gestures that allow to understand the emotions that a teenager experiences in everyday life.

Keywords: teenage hero, children's and youth prose, A. Swingen, personality formation, child-parent relations.

Семья является одним из главных институтов социализации ребенка, определяя развитие психической, эмоциональной, когнитивной сфер личности человека. Проблема родительского влияния на психическое развитие ребенка приобретает особый интерес исследователей с 20-х годов XX века. Об этом свидетельствует широкая разработка данного вопроса в русле таких психологических теорий, как психоанализ (З. Фрейд, Э. Фромм и др.), бихевиоризм (Р. Сирс, Дж. Уотсон и др.) и гуманистическая психология (А. Адлер, В. Сатир и др.) [1, с. 187]. Тенденции развития общества привели к признанию исследователями проблемы разрушения традиционной модели семьи, увеличения количества неполных семей, что потребовало рассмотрения взаимоотношений в парадигме взрослый-ребенок через призму социальной психологии и социологии (А. С. Спиваковская, Г. М. Андреева, И. С. Кон и др.).

Стоит отметить, что проблема становления личности человека волнует и писателей, исследователей литературы. Все чаще в современных произведениях, в том числе относящихся к кругу чтения детей и подростков, писателями во главу угла ставится вопрос о столкновении мира взрослых и ребенка. Несмотря на это данная область представляется практически неизученной в произведениях современной детско-юношеской прозы, в связи с чем, оказывается актуальным обращение к анализу индивидуально-авторских приемов раскрытия темы детства и юношества как особого периода в жизни человека. Цель данного исследования заключается в определении особенностей отражения проблемы становления личности в парадигме взрослый-ребенок в повести норвежского писателя Арне Свингена «Баллада о сломанном носе».

Главный герой произведения – тринадцатилетний подросток по имени Барт с удивительным голосом и слухом, любящий музыку и мечтающий петь так же прекрасно, как и его кумир – оперный певец Брин Терфель. Но петь ему удастся только в одиночестве – «связки скручиваются узлом» [2, с. 17], если на него смотрят люди. Сам мальчик считает, что его «голос не предназначен для посторонних» [2, с. 17]. Герой страдает от неуверенности в себе и страхе сцены, однако отчужденность и самокритичность Барта объясняются и тем, что он переживает переходный период в формировании личности. «Сам по себе подростковый возраст – это стадия перехода от детства к взрослости, что провоцирует в ребенке поиск новых интересов, занятий, самопознание и определение своего места в мире» [3, с. 328]. С этим периодом связано обостренное желание ребенка к самоутверждению, признания от окружающих его взрослости, рефлексия, стремление к бунту. Так, и герой повести ожидает перемен, перед тринадцатым днем рождения он отмечает: «Для старших я перестану быть «малышом» и сделаюсь «подростком». Наверняка и в моих глазах мир переменится» [2, с. 39]. Анализ сюжетной линии, внутренних монологов героя позволяет сделать вывод о том, что важнейшим вопросом, волнующим автора, становится проблема формирования личности подростка, развитие его Я-концепции и трансформация представлений об

окружающем мире. А. Свинген задумывается о том, какое влияние на эти процессы могут оказывать детско-родительские отношения в семье, социум и жизненная ситуация. В этом плане можно предположить, что низкая самооценка, замкнутость героя имеют предпосылки формирования в его отношениях с родителями.

Семью Барта можно назвать социально неблагополучной: он воспитывается одинокой матерью, страдающей от ожирения, которое вместе с ее пристрастием к алкоголю, может привести к риску летального исхода. Болезненное состояние, нестабильность эмоциональной сферы матери вызывают у нее и финансовые проблемы, она не имеет постоянного места работы, поэтому Барт с матерью живут в социальном жилье. Но мальчик всегда старается оправдать мать с своих глаз, пытаясь не замечать ее безответственности: «Иногда мама опаздывает с оплатой счетов – это с каждым может случиться» [2, с. 7]. Несмотря на то, что герой чувствует сильнейшую эмоциональную связь с матерью и чувственно зависим от нее («Я нравлюсь маме, правда. И она мне» [2, с. 7], «Маму порадует, если я спою для бабушки» [2, с. 17]), отвержение матерью ребенка «выдает недостаток любви и внимания» [4, с. 16]. В отношениях с ней герой выполняет функции взрослого, пытаясь отгородить маму от переживаний: «Но мне нельзя засыпать, потому что мама сама не доберется до дивана» [2, с. 14]. Кроме того, по желанию матери («Вырастешь и еще поблагодаришь меня за это» [2, с. 8]) Барт занимается боксом, хоть он его и не интересуется так, как пение, но отказаться от этого занятия он не может – «бросать мне никак нельзя – мама этого не перенесет» [2, с. 19]. «Экспериментально установлено, что самооценка ребенка коррелирует в большей степени с поведением матери, чем с поведением отца. Именно материнская любовь становится первым социальным зеркалом для самосознания ребенка» [4, с. 87]. Поэтому Барт, не получая эмоционального отклика от матери и желая оправдать ее поведение, невольно ищет изъяны в себе самом: «По-моему, маме хотелось бы сына покруче» [2, с. 7]. Стоит также отметить, что Барт был «нежеланным» ребенком, о чем свидетельствуют слова матери: «На самом деле твой папа мне довольно плохо запомнился.

В те времена я много пила и...» [2, с. 76]. Отвергающее отношение к ребенку отмечается у одиноких матерей, в семьях, воспитывающих приемных детей, а также там, где ребенок родился «случайно», «невовремя» [4, с. 17], это объясняет дефицит эмоциональных связей между ребенком и взрослым. Поэтому стремясь найти источник опоры, стабильности и сопереживания, подросток пытается найти отца («Я ищу своего папу» [2, с. 16]).

Перекалывание ответственности на ребенка, неудовлетворение его базовых биологических потребностей приводит к развитию у героя чувства неполноценности: «И вообще, по-моему, внешность у меня совершенно заурядная. Из тех, что сразу забываются» [2, с. 12]. О высоком уровне тревоги у Барта может свидетельствовать суммарно-обозначающий вид психологизма, который подчеркивает настроение и душевное состояние героя в разных ситуациях: «У ворот школы я делаю глубокий вдох» [2, с. 8], «В моем животе, словно в него подбрасывают бумагу и сухой хворост, бушует пламя» [2, с. 23], «Череп трещит от мыслей» [2, с. 23].

Социализируясь в семье, «ребенок усваивает ценности и установки родителей, поэтому ценностные ориентации подростка существенно зависят от типа семьи, в которой осуществляется их усвоение» [5, с. 36], что позволяет сделать вывод о том, что дети наследуют от родителей и негативные сценарии семьи. Так, отказывая ребенку в чувстве безопасности, мама Барта развивает в сыне страх перед внешним миром («ежедневно я хожу по лезвию ножа» [2, с. 33]). Проблемы с доверием к окружающим людям у героя проявляются и в избегании тесных, в том числе телесных, связей: «Мы стоим вплотную. Слишком близко» [2, с. 32], «Учитель обнял меня. К такому я не привык» [2, с. 79]. Внешняя среда кажется ему враждебной, поэтому мальчик воспринимает действительность как постоянную борьбу, в которой «надо уметь держать удар» [2, с. 10] и нужно всегда быть наготове, потому что «такие удары всегда получаешь внезапно» [2, с. 6]. Так, Арне Свинген, уделяя большое внимание описанию взаимоотношений героя с матерью, подчеркивает проблему влияния семьи на формирование негативных жизненных сценариев личности.

Е. А. Савина, Е. О. Смирнова отмечают, что специфика неполной семьи заключается в особенностях материнского отношения, которое может выражаться в формальном интересе к судьбе ребенка. Это в свою очередь может сказываться на формировании личности ребенка, особенностей его поведения, проявляющихся в отчужденности, направленности самостоятельно бороться с трудностями, усиленной потребности в достижении целей [4, с. 104]. Особенное развитие такие тенденции поведения получают в кризисный подростковый этап жизни человека. Как на уровне композиционного строения повести, так и через анализ сюжетной линии произведения можно наблюдать не только за проявлением таких поведенческих особенностей, но и за духовной эволюцией героя. В этом плане важно заглавие произведения – выделяясь сюжетно и композиционно и предваряя внутренние изменения героя, история со сломанным носом становится ключевым событием в произведении. Его жизнь меняется («Мир кувыркнулся вверх тормашками» [2, с. 6]), сам подросток переходит от пассивной жизненной позиции и избегания неудач к активным действиям, а подростковый бунт героя выражается в том, что он идет на изменение «неписаных законов жизни» [2, с. 15]. Он не выносит оскорблений его матери одноклассниками («Но вопрос про маму – словно она экспонат кунсткамеры – приводит меня в ярость» [2, с. 41]), поэтому переходит от «защиты» к «нападению» («Я дрался. Трудно поверить, но я даже горжусь собой» [2, с. 41]), идет против школьной иерархии, в которой он ранее занимал низкое положение, осмеливается конкурировать с лидером детского коллектива – Августом («Внезапно меня осенило: а что, если нам с Августом подружиться?» [2, с. 74]). Теперь он не боится меняться, руководствоваться собственными желаниями, реализовывать себя в пении («В жизни иногда приходится принимать важные решения ... бокс я решил бросить» [2, с. 83]). Он перестает зависеть от мнения окружающих: «Все, кто проходил мимо, тарачились на меня, словно на музейный экспонат. Но я отнесся к этому спокойно – ничего, пластырь на лице только сперва выглядит чудно, а потом все привыкнут» [2, с. 55]. Одним из серьезных достижений Барта становится то,

что ему удастся пересилить свой главный страх – боязнь сцены («Я глубоко вдохнул. А затем открыл рот» [2, с. 82]). Стоит отметить, что помог ему в этом образ отца, как источник силы и духовной опоры: «Внезапно я увидел папу. Он был в зале единственным зрителем и ждал, когда я запою. Папа улыбался мне, и его улыбка придала мне сил» [2, с. 82].

Таким образом, повесть Арне Свингена «Баллада о сломанном носе» – это произведение, позволяющее погрузиться во внутренний мир героя, живущего в страшной действительности, справиться с которой ему помогает состояние непрерывной рефлексии, анализ своих и чужих поступков. Автор с помощью внутренних монологов и душевного состояния героя описывает движение мысли героя, важнейшие для подростка события, которые формируют его личность и позволяют реализовать свой творческий потенциал. Барт обретает в короткий промежуток времени обретает «взрослость», которая проявляется у героя в готовности к компромиссу, ответственности, отстаивании своей позиции и способности оставаться преданным собственным нравственным ориентирам. Становление его внутреннего мира неразрывно связано и с жизненными обстоятельствами, и с большим количеством испытаний, выпавших на его долю: от первой влюбленности и обретения друзей до необходимости впервые принимать осознанные «взрослые» решения.

Библиографический список

1. Аптикиева Л. Р., Аптикиев А. Х., Бурсакова М. С. Семья как фактор личностного развития ребёнка // Вестник ОГУ. – 2014. – №7 (168). – С. 185–190.
2. Свинген А. Баллада о сломанном носе. – М.: «Альбус Корвус», 2012. – 86 с.
3. Голубков Г. В., Лычагина Я. А. Причины возникновения кризиса в подростковом возрасте // Вопросы студенческой науки. – 2019. – № 5–1 (33). – С. 327–331.
4. Коллектив авторов. Родители и дети. Психология взаимоотношений. – М.: «Когито-Центр», 2003. – 130 с.

5. **Иванова В. С., Иконникова А. А.** Влияние стабильности семьи на формирование ценностных ориентаций и самоопределение подростка // Вестн. Том. гос. ун-та. — 2010. — №332. — С. 36–39.

Фазилова Виктория Айратовна — бакалавр, Елабужский институт Казанского федерального университета, Елабуга, Россия. E-mail: viktoriya.faz2000@mail.ru. Тел.: +79047192319.

УДК 80

*Язиля Рустемовна Шамсутдинова,
Лиана Анасовна Загирова*
Елабужский институт Казанского
федерального университета

ОСОБЕННОСТИ БРИТАНСКОГО МЕНТАЛИТЕТА НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА ЭЛИНОР ПОРТЕР «ПОЛЛИАННА»

Аннотация. Данная статья посвящена особенностям британского менталитета на основе изучения сходств и различий американского менталитета. Роман Элинор Портер «Поллианна» позволил нам выделить существенные характеристики образа мышления двух культур, представителями которых являются герои романа. Авторы останавливаются на чертах британского менталитета, отличающего его от американского.

Ключевые слова: менталитет, характер, поведение, эмоциональность, границы, характеристики.

*Yazilya Rus. Shamsutdinova,
iana Anas. Zagirova*
Elabuga Institute of Kazan Federal University

FEATURES OF THE BRITISH MENTALITY ON THE MATERIAL OF ELEANOR PORTER'S NOVEL «POLYANNA»

Abstract. This article is devoted to the peculiarities of the British mentality based on the study of the similarities and differences of the American mentality.

Eleanor Porter's novel "Pollyanna" allowed us to highlight the essential characteristics of the way of thinking of the two cultures, of which the characters of the novel are representatives. The authors dwell on the features of the British mentality that distinguishes it from the American one.

Keywords: mentality, character, behavior, emotionality, boundaries, characteristics.

Важной социальной задачей науки на сегодняшний день является изучение менталитета отдельных социальных групп и его влияние на поведение людей. Это связано в первую очередь с тем, что менталитет является фундаментом национально-культурной идентичности человека. Он определяет жизненные позиции, культурную предрасположенность и может стать причиной межкультурного непонимания.

В английском научном языке термин «менталитет» употребляется с середины XIX века. Американский ученый Д. Филд указывает, что менталитет коренится в материальной жизни и широко распространен в значительной части населения. Он оказывает непосредственное влияние на экономические, политические и социальные отношения. По его мнению, «менталитет молчалив: он проявляется скорее в деятельности, чем в речи или в явном представлении» [1].

Между британским и американским менталитетом существуют значительные различия [2]. Они выслеживаются и в самом языке. Американский вариант английского языка часто называют упрощенным, так как он формировался на основе разговорного английского языка торговцев. Если же сравнивать с британским вариантом английского языка, американский — более гибкий, открытый к изменениям и легкий для восприятия. Это все затрагивает и культурные аспекты. У британцев обобщающими чертами являются постоянство и стабильность, замкнутость и индивидуализм, а также терпимость и невмешательство в чужие дела. Им не присуще демонстрировать свои достоинства или переживаемые жизненные трудности. О личных проблемах они стараются не упоминать [3].

Британцы, по мнению многих людей, замкнуты, подавлены, неэмоциональны и владеют собой. Четыреста лет назад образ британца сильно отличался от общепринятого стереотипа, который мы видим сегодня.

Существенные характеристики британского менталитета можно выделить в произведении «Поллианна» (англ. Pollyanna) американской писательницы Элинор Портер. Под описание британского менталитета в данном произведении подходят такие персонажи, как Мистер Пендлтон, Мисс Сноу и Мисс Полли. Автор раскрывает характер героев в противовес жизнерадостной, открытой прямолинейной Поллианне, которая служит прототипом американского менталитета. Джон Пендлтон – состоятельный и влиятельный человек, ведет одинокий образ жизни. В начальных сценах он предстаёт перед читателем очень грубым, надменным и амбициозным человеком. Автор использует следующие эпитеты для более яркого описания мистера Пендлттона: *threatening, stern, stiffly, grimly, scowlingly, cross-looking, sharply...* «*Oh, of course,*» *interrupted the man, sharply, all the old bitterness coming back to his voice...*, ... *The fleeting smile had gone, and the scowl had come back to the man's face; For long years I have been a cross, crabbed, unlovable, unloved old man...; «Of course! So fortunate», «sniffed the man, with uplifted eyebrows»* [4]. Он всячески отталкивает от себя девочку, холоден и безэмоционален к ней. Причиной такого поведения по сюжету было то, что он привык быть годами один и не хотел чужого вторжения в свое личное пространство: «... *For long years I have been a cross, crabbed, unlovable, unloved old man...*» [4]. «Дом англичанина – его крепость» – поговорка, иллюстрирующая его поведение. Люди чувствуют себя более способными быть полностью собой, когда они дома. Вне дома они соответствуют социальным нормам. Людей, живущих на юге Англии, часто называют относительно сдержанными. Также они не особенно демонстративны в эмоциональном плане. Нет ничего необычного в том, чтобы задаваться вопросом, что люди думают на самом деле, или прибегать к уточняющим вопросам, чтобы выяснить это. По мере того, как вы направляетесь дальше на север, люди отказываются от официального языка, они более открыты.

Также говорят, что они более дружелюбны и гостеприимны, а также немного более эмоциональны.

Для описания миссис Сноу автор использует следующие эпитеты: *a fretful voice, a sick woman, a critical gaze* [4]. Он описывает ее как больную, злую и сварливую женщину: «...*Mrs. Snow dropped the mirror and turned irritably...*, ... *By and by she turned her head and picked up the mirror, eyeing her reflection critically...*, «*Oh!*» *scoffed the woman. «THAT?»...*» [4]. В ее речи часто встречаются такие сочетания звуков, как [g], [r], [gr], [d], [pr]: «*Mrs. Snow grudgingly, frowning prodigiously, grunted the sick woman*» [4]. Они создают эффект монотонного старческого ворчания. Таким образом, Мисс Сноу разрушает стереотип сдержанности британцев. Она не держит свои чувства, страхи и недовольства в себе. Но все еще она остается закрытой на общение, ее не интересует жизнь ее собеседников.

Далее рассмотрим конкретные примеры из диалогов героев данного рассказа, где мы наблюдаем существенные характеристики британского менталитета. «*Oh, oh, Mr. Ford! You – YOU haven't broken YOUR leg or – or anything, have you?*» *she gasped. The minister dropped his hands, and looked up quickly. He tried to smile. 'No, dear – no, indeed! I'm just – resting»* [4].

В данном диалоге между Поллианной и Мистером Фордом мы наблюдаем такую особенность британского менталитета, которая проявляется в девизе «Умей держать себя в руках». Это как нельзя лучше показывает воспитание данной культуры. Умение человека владеть собой, в нужный момент собраться, не показывая истинные эмоции – это главное достоинство англичан.

«*Miss Polly turned and walked down the hall toward the attic stairway door. She was glad, now, that she had put the child in the attic room. Her idea at first had been to get her niece as far away as possible from herself, and at the same time place her where her childish heedlessness would not destroy valuable furnishings. Now – with this evident strain of vanity showing thus early – it was all the more fortunate that the room planned for her was plain and sensible, thought Miss Polly»* [4].

В Британии с уважением относятся к личным границам, как нам показала миссис Полли. Она хотела поселить племянницу как

можно дальше от себя, а именно на чердак. Физические границы – важная составляющая образа Тети Полли, даже когда Поллина первый раз решила обнять тетю, она была ошарашена. Физическая дистанция выражается в любых прикосновениях. Даже среди близких людей не принято в Англии часто дотрагиваться друг до друга, обниматься или целоваться. Помимо этого, мисс Полли решила, что не зря поселила ее на чердаке, где скромная обстановка «убережёт девочку от пагубного тщеславия».

«I don't doubt it,» rejoined Miss Polly, grimly. «Have you studied music» «Not much. I don't like my music – I like other people's, though. I learned to play on the piano a little. Miss Gray – she plays for church – she taught me. But I'd just as soon let that go as not, Aunt Polly. I'd rather, truly». «Very likely,» observed Aunt Polly, with slightly uplifted eyebrows. «Nevertheless I think it is my duty to see that you are properly instructed in at least the rudiments of music. You sew, of course» [4].

Здесь мы наблюдаем диалог между Тетей Полли и Поллианной. Можно уверенно сказать, что Тетя Полли является воплощением всего британского менталитета. Она довольно строгая женщина, педантична, хорошо воспитана. В начале книги она держится сдержанно, не показывая особо эмоций. Даже на протяжении всего рассказа мы наблюдаем, что она любит держать все под четким контролем, включая свою жизнь, жизнь Поллианны и весь дом в целом.

Исходя из вышесказанного, мы делаем вывод о том, что Э. Портер использует целую палитру стилистических приёмов для создания образа тети Полли, Мисс Сноу и мистера Пендлтона. Она описывает их манеры говорить, походки, взгляд, черты лица, действия, мимику, речь как отражение британского менталитета. Портретные характеристики главных героев позволяет нам представить их в контрасте, так как с первых глав произведения тетя Полли, мистер Пендлтон и миссис Сноу являются прямым противопоставлением Поллианне [5]. Возникают типичные модели британского и американского характера. Делая вывод, можно сказать, британцам типична скрытность и непроницаемость в общении с незнакомыми людьми, которые пропадают при коммуникативном сближении.

Библиографический список

1. Филд Д. История менталитета в зарубежной исторической литературе // Менталитет и аграрное развитие России (XIX-XX вв.): Мат. межд. конф. – М.: 1996. – С. 6–11.
2. Проект по английскому языку Тема: «Различия между американским и британским вариантами английского языка». URL: <https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2015/11/13/proekt-po-angliyskomu-yazyku-tema-razlichiya-mezhdu-amerikanskim-i> (дата обращения 15.02.22).
3. Аспекты различий между британским и американским вариантом английского языка. URL: <https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2016/11/12/aspekty-razlichiy-mezhdu-britanskim-i-amerikanskim-variantom> (дата обращения 15.02.22).
4. Портер Э. Поллианна. – URL: <https://www.gutenberg.org/files/1450/1450-h/1450-h.htm> (дата обращения 15.02.22).
5. Портрет как средство создания образов в романе Элинор Х. Портер «Поллианна». URL: <https://nsportal.ru/ap/library/literaturnoe-tvorchestvo/2017/10/14/portret-kak-sredstvo-sozdaniya-obrazov-v-romane> (дата обращения 16.02.22).

Шамсутдинова Язиля Рустемовна – студентка, отделение иностранных языков, Елабужский институт Казанского Федерального Университета, РФ, г. Елабуга. E-mail: yazilka@mail.ru.

Загирова Лиана Анасовна – студентка, отделение иностранных языков, Елабужский институт Казанского Федерального Университета, РФ, г. Елабуга. E-mail: lianazagirova13@gmail.com.

УДК 82

Екатерина Игоревна Шубодерова
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОСОБЕННОСТИ РУССКОЙ И НЕМЕЦКОЙ БАСНИ (НА ПРИМЕРЕ БАСЕН И. А. КРЫЛОВА «ВОРОНА И ЛИСИЦА» И Г. Э. ЛЕССИНГА «ВОРОН И ЛИСА»)

Аннотация. Представленная статья посвящена жанру басни. В статье рассматривается история возникновения и развития басни в русской и

немецкой традиции, а также определяются специфические черты этого жанра. В статье выявлены сходства и отличия русских и немецких басен. Сопоставительный анализ произведен на основе русской басни И. А. Крылова «Ворона и Лисица» и немецкой басни Г. Э. Лессинга «Ворон и Лиса», которые выступают национальными адаптациями басни Эзопа «Ворон и Лисица». В этой работе сравниваются сюжеты басен, предмет, на образе которого построены произведения, характеры персонажей и их специфические черты, форма, в которой написаны произведения, а также выявлена мораль, то есть главный посыл произведений.

Ключевые слова: басня, жанр, И. А. Крылов, Г. Э. Лессинг, образ.

Ekaterina I. Shuboderova

Saint-Petersburg State University of Economics

PECULIARITIES OF THE RUSSIAN AND GERMAN FABLE (ON THE EXAMPLE OF THE FABLES OF I. A. KRYLOV AND G. E. LESSING «THE CROW AND THE FOX»)

Abstract. This article is devoted to the genre of fable. The article examines the history of the origin and development of the fable in the Russian and German traditions and defines its specific features. Based on the analysis of the fables of I. A. Krylov and G. E. Lessing «The Crow and the Fox», which are national adaptations of Aesop's fable «The Crow and the Fox», similarities and differences due to linguistic and cultural specifics are revealed.

Keywords: fable, genre, I. A. Krylov, G. E. Lessing, image.

Басня является одним из древнейших жанров словесного искусства. С давних времен она была одной из первых форм художественного мышления. «Басня отличается краткостью и всегда носит нравоучительный характер. Чаще всего, в конце произведения сформулирован вывод, то есть основная поучительная мысль – мораль. Басня всегда носит аллегорический, иносказательный характер; в качестве персонажей в ней выступают животные, растения, птицы, рыбы, вещи. Также в баснях часто встречаются и люди, но их образы выступают лишь в качестве тех или иных человеческих свойств. В басне обычно отсутствуют метафоры, ее язык прост и близок к разговорному» [1, с. 85].

История русской басни как оригинального литературного жанра «восходит к XVIII веку и связана с именем А. Д. Кантемира (1731–1738 гг). Жанр басни начал активно развиваться в России в середине XVIII – начале XIX в., а его расцвет ознаменовало творчество И. А. Крылова [2, с. 12]. В Германии к жанру басни впервые обратился в XVIII в. Х. Ф. Геллерт (1741-1748) [3, с. 186]. К басенному жанру также обращался Г. Э. Лессинг. В 1759 г. был издан его сборник под названием «Басни». Его басни отличаются «краткостью, лаконичностью и точностью выражения мысли» [4, с. 93].

Далее произведен сравнительный анализ басни И. А. Крылова «Ворона и Лисица» и басни Г. Э. Лессинга «Ворон и Лиса». Начнем с общей информации об этих произведениях. Обе эти басни являются переводами басни Эзопа «Ворон и Лисица», которая была написана еще в VI в. до н.э. Сюжеты рассматриваемых басен не сильно отличаются друг от друга. В обоих произведениях один персонаж находит небольшой кусок какого-то съедобного продукта, после чего он попадает на глаза другому персонажу, а тот, прибегая к хитрости и лести, заставляет первого героя расстаться с едой и покидает место действия с добычей. Однако в этих баснях присутствуют некоторые существенные различия. Они помогают убедиться в том, что переводили эту басню авторы, живущие в разных странах, а значит, имеющие различные культурные представления.

Важным элементом при анализе басен является предмет, на образе которого и построено все произведение. В басне Крылова таким предметом становится сыр. Этот продукт был выбран автором не случайно. В XVIII–XIX вв. в России сыр себе могли позволить только знатные люди (так как его ввозили из разных европейских стран). Однако читая басню, создается впечатление, что Ворона олицетворяет человека из народа, а не какую-то знатную и богатую особу. Она могла найти кусок сыра лишь по счастливой случайности, и эта находка была для нее ценна. Кроме того, при указании на то, как именно сыр попал к Вороне, Крылов упоминает Всевышнего: «Вороне где-то Бог послал кусочек сыра». Эта деталь

во многом раскрывает образ русского человека, который во многих вещах полагается на Бога, часто сам ничего не делая. В басне Г. Э. Лессинга Ворон нашел кусок отравленного мяса. Казалось бы, кусок мяса является желанным, но на самом деле он смертоносен. Благодаря образу отравленного мяса Лессинг изменяет конец всей басни. У Крылова Лисица становится «победителем» в произведении. С помощью хитрости и лести ей удается заполучить желанное, а именно – кусок сыра. В то время как в басне Лессинга, Лиса терпит поражение. Несмотря на то, что ей удалось обмануть Ворона, забрать кусок мяса и съесть его, в финале она получает наказание за свою ложь.

При анализе произведения особое внимание стоит обратить на персонажей, так как они являются носителями определенных моральных качеств. У Лессинга одним из главных героев предстает Ворон, а у Крылова – Ворона. На самом деле, ворон и ворона – это совершенно разные птицы, хотя они и принадлежат к одному роду. Их характер, поведение, образ жизни сильно отличаются. Кроме того, они совершенно по-разному характеризуются в русской культуре. В русском фольклоре ворон ассоциируется с мудростью, опытом и силой, в то время как ворона символизирует глупость и невежество. Именно поэтому цитата из басни Крылова: «...вещунына с похвал вскружилась голова...» звучит довольно иронично. Крылов вместо Ворона делает одним из главных персонажей произведения Ворону и тем самым он существенно изменяет смысл басни. Если Лессинг высмеивает именно Лисицу, то есть лживую и хитрую натуру, то в басне Крылова особое внимание уделено Вороне, которая олицетворяет собой глупость и тщеславие [5]. Ещё одна деталь, сделавшая басню Крылова поистине русской – это образ ели, на которой сидела Ворона. Ель является традиционным русским деревом. Именно на ель Ворона «взгромоздясь, позавтракать было совсем уж собралась, да призадумалась...». В этой цитате также раскрывается особая черта русского характера: русский человек склонен к долгим размышлениям и раздумьям, порой ни к чему не приводящим. Вполне возможно, что если бы Ворона без промедлений съела кусок сыра, то она бы даже не встретилась с

Лисицей. Но, поскольку, русский человек склонен откладывать дела на потом, то Ворона поступила именно так, за что понесла наказание впоследствии. В басне Лессинга деревом, на котором сидел Ворон, выступает старый дуб. В немецкой культуре дуб является одним из древнейших национальных символов. Во-первых, он посвящен богу Юпитеру. Именно поэтому Лиса называет Ворона «птицей Юпитера». Во-вторых, дуб считается символом справедливости. В этой басне он выступает как каратель Лисы, которая нечестным путем пыталась заполучить себе еду, за что и была наказана.

Безусловно, в любой басне есть мораль, где автор выражает ту идею, ради которой было создано все произведение. В басне Крылова мораль сформулирована в самом начале: «...лесть гнусна, вредна; но только все не впрок, /И в сердце льстец всегда отыщет уголок». Однако эта мораль скорее похожа на жизненный урок, полученный в ходе анализа ситуации. Автор полагает, что льстецу не составит большого труда найти себе очередную «жертву», потому что, к сожалению, большинство людей тщеславны и падки на «сладкие» слова. В басне Крылова высмеиваются глупость и лицемерие. Автор пытается понять, что из них хуже, что более пагубно для человека. Ответ на этот вопрос содержится в финале басни: Лисица получает сыр и насмехается над Вороной, которая повела себя глупо, поверив в ее сладкие речи. Получается, что И. А. Крылов больше осуждает не саму лесть, а тех, кто эту лесть воспринял всерьез. В басне Г. Э. Лессинга мораль в виде конкретного выраженного нравоучения отсутствует. Однако произведение заканчивается довольно эмоциональной фразой в адрес льстецов, напоминающей проклятие: «Пусть бы и вам никогда не добыть своей лестью ничего, кроме яда, проклятые подхалимы!». Создается впечатление, что Лессинг обращается напрямую к читателю. Он хочет, чтобы люди сами сделали некий вывод на основе прочитанной истории. Автору противно поведение Лисы (а вместе с тем, и тех людей, которых этот персонаж олицетворяет). То Лессингу, в отличие от Крылова, в большей степени претит лесть, и свое негодование он в первую очередь направляет против тех, кто

льстит, а не тех, кто поддается на лесть. Лессинг считает неприемлемым тот факт, что Лиса ради достижения своей цели способна использовать любые средства, в том числе лесть и ложь. Именно поэтому Лиса предстает объектом осуждения в большей степени, чем Ворон.

Также очень важна форма, в которой написано сатирическое произведение. Басня И. А. Крылова имеет стихотворную форму. В басне много предложений с прямой речью, восклицательных предложений, а также обращений: «голубушка», «светик», «сестрица». В тексте басни также достаточное количество эпитетов и метафор: «ангельский» (голосок), (говорит) «сладко», «приветливы» (слова), «в сердце льстец всегда отыщет уголок». Автор также активно использует эмоционально-оценочную лексику (называет Лисицу «плутовкой»). В басне И. А. Крылова много просторечной, народной лексики: «взгромоздись», «близёхонько», а также она изобилует поговорками и устойчивыми выражениями: «всё не впрок», «в зобу дыханье спёрло». Это делает язык басни более понятным и доступным каждому. Басня Г. Э. Лессинга написана в прозе. Часть этого произведения является диалогом Лисы и Вороны, а часть — описанием действий героев. Для раскрытия образа Лисы автор использует довольно грубую лексику, как, например, «сожрала», «издохла». Лессинг употребляет такие слова для того, чтобы показать, насколько ему неприятно поведение этого персонажа, а также для того, чтобы и у читателя вызвать негативные эмоции по отношению к нему. Следует отметить и то, что когда Лиса обращается к Ворону, она называет его «птицей Юпитера», «могучим орлом», говорит, что его когти «победоносны», в то время как сама себя она называет «ничтожной». То есть Лиса готова унижаться перед Вороном, лишь бы получить кусок мяса. Автор полагает, что такое поведение просто неприемлемо, оно унижает человеческое достоинство.

В заключение хочется подвести небольшой итог проведенного сопоставительного анализа басни И. А. Крылова «Ворона и Лисица» и басни Г. Э. Лессинга «Ворон и Лиса». Эти произведения обладают рядом схожих черт. Во-первых, обе басни пред-

ставляют собой интерпретацию басни Эзопа «Ворон и Лисица». Во-вторых, в обоих произведениях присутствуют определенные национальные черты (например, образ дерева или проекция поведения героев на современную авторам жизнь). В-третьих, язык обеих басен достаточно прост и близок к разговорному. Однако в произведениях присутствуют и определенные различия. Главным из них является мораль: Крылов в большей степени осуждает глупость и слепую веру в лесть, в то время предметом критики Лессинга выступают лесть и лицемерие. Вторым различием становятся персонажи басен: у Крылова — Ворона и Лисица, у Лессинга — Ворон и Лиса. Третьим несовпадением является форма произведения и средства выразительности. Басня «Ворона и Лисица» написана в стихах, в ней также изобилуют различные тропы, как, например, эпитеты и метафоры, в то время как басня «Ворон и Лиса» написана в прозе и в ней довольно мало средств художественной выразительности.

Библиографический список

1. **Новиков В. И.** Энциклопедический словарь юного литературоведа. — М.: Педагогика, 1988.
2. **Степанов Н. Л.** Русская басня XVIII–XIX веков. — Л.: Советский писатель, 1977. — 416 с.
3. **Климакина Е. А.** Басни и притчи в жанровой системе творчества Х. Ф. Геллерта. — Вестник Вятского государственного гуманитарного университета, 2011. — С. 185–190.
4. **Чернышевский Н. Г.** Лессинг, его время, его жизнь и деятельность. Полное собрание сочинений: в 15 т. — М.: Государственное издательство художественной литературы, 1948. —Т. 4: С. 5–221.
5. Ворон в славянской мифологии / Славянская мифология. URL: https://vsyamagik.ru/voron-v-slavjanskoj-mifologii/#Vorona_v_skazkah/ (дата обращения: 10.04.2021).

Шубодерова Екатерина Игоревна — студент бакалавриата; Санкт-Петербургский государственный экономический университет; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: katerina.shuboderova17@gmail.com, +79213505517

**СЕКЦИЯ
«ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ
АСПЕКТЫ ЛИНГВИСТИКИ: ТЕКСТ, ЯЗЫКОВАЯ
МЕДИАЦИЯ, ПЕРЕВОД»**

Rufana N. Agaeva, Nataliya E. Anosova
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

УДК 81'38

*Руфана Натик кызы Агаева,
Наталья Эдуардовна Аносова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

**РАЗВИТИЕ УМЕНИЙ АУДИРОВАНИЯ ПОСРЕДСТВОМ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ В ПРОЦЕССЕ
ФОРМИРОВАНИЯ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ**

Аннотация. Комплекс базовых механизмов, составляющих основу аудирования, представлен механизмом артикулирования, речевым слухом, вероятностным прогнозированием и памятью. Активизируя эти механизмы, мы развиваем их, что и является одним из факторов всестороннего развития личности. Формирование навыков предвосхищения смыслового содержания высказывания, внимательного вслушивания в содержание речи обеспечивается за счет овладения аудированием. Выработка навыка понимания воспринимаемой на слух речи оказывает позитивное влияние на развитие слуховой памяти обучающихся. Развитие слуховой памяти – значимое условие успешного изучения иностранных языков, а также всех иных предметов. При возникновении трудностей, связанных с аудированием, целесообразным считают не их устранение, а постепенное и последовательное преодоление в процессе обучения.

Ключевые слова: аудирование, видеоматериалы, слуховая память, всестороннее развитие.

**DEVELOPING LISTENING SKILLS THROUGH THE USE
OF VIDEO MATERIALS IN THE PROCESS OF FORMING
TRANSLATION COMPETENCE**

Abstract. Listening is based on four main mechanisms: speech hearing, memory, probabilistic forecasting, articulation mechanism. By activating these mechanisms, we develop them. Mastering listening comprehension allows students to learn to listen carefully to the speech, to form the ability to anticipate the utterance semantic content. The educational value of the speech understanding formation has a positive effect on the student's memory development, and auditory memory is important not only for learning a foreign language, but also for other subjects. In case of difficulties, it is expedient not to eliminate them, but to gradually and consistently overcome them in the learning process.

Key words: listening, video materials, auditory memory, comprehensive development.

В связи с переходом к информационному обществу восприятие и понимание устной речи на слух является одним из основных способов получения информации при прослушивании новостей, просмотре образовательных и развлекательных телепередач на иностранном языке (в том числе на компьютере в режиме онлайн), художественных и документальных фильмов. Возрастает также возможность непосредственного контакта с носителями языка. Исходя из этого целью обучения иностранным языкам в перспективе овладения переводческими навыками является достижение учащимися иноязычной коммуникативной компетенции во всех видах речевой деятельности, особенно это касается аудирования.

Проблемой обучения аудированию на протяжении нескольких десятилетий занимались такие известные отечественные и зарубежные методисты, как А. С. Лурье, М. В. Ляховицкий и И. М. Кошман, А. П. Старков, Н. В. Елухина, И. Ю. Шехтер, Я. М. Колкер, И. А. Дехерт, N. Osada, U. Penny и другие. Комплекс связанных с обучением аудированию вопросов составляет пред-

мет анализа в значительном числе публикаций, в т. ч. в работах П. В. Сысоева, Н. Ю. Новикова, Е. А. Колесниковой, И. Б. Смирнова и др.

Несмотря на значительное число исследований, в которых анализируются различные аспекты обучения аудированию, степень изученности соответствующих вопросов недостаточна, в силу ряда причин.

Первая заключается в том, что в процессе обучения аудирование используется эпизодически, так как воспринимается в качестве сопутствующего говорению процесса. Вторая — слабая осведомленность преподавателей в психологических и лингвистических особенностях и сложностях аудирования.

Слуховое восприятие не может быть обеспечено одним учителем. Соответственно, весьма полезным оказывается применение зрительных и звуковых средств наглядности, особенно в условиях их синхронного сочетания друг с другом. К таким средствам в нашем конкретном случае и относятся видеофильмы на иностранном языке.

Вне осуществления речевой деятельности, т. е. вне речевой действительности обеспечить эффективность указанной деятельности невозможно. В этой связи возникает проблема, связанная с моделированием подобной действительности в целях обучения в среде, являющейся неязыковой.

В решении данного вопроса помогают видеофильмы, их использование на занятиях способствует созданию новых реальных ситуаций, тренирующих устную речь. Работа с фонограммой фильма способствует усовершенствованию всех речевых навыков учащихся, так как является образцом для имитации речи и обеспечивает многократность воспроизведения соответствующего образца, а также способствует выработке необходимого темпа речи.

Вместе с тем, четко разработанные методики обучения аудированию с помощью видеофильмов пока отсутствуют. Таким образом, возникает противоречие между необходимостью эффективной организации обучения аудированию с помощью видеоматериалов с одной стороны, и отсутствием хорошо разрабо-

танной методики применения видео при обучении аудированию, с другой.

В литературе известны следующие определения понятия «аудирование».

«Аудирование — рецептивный вид речевой деятельности, который представляет собой восприятие и понимание речи на слух в момент ее порождения. В процессе обучения иностранному языку аудирование является средством и целью обучения» — С. Ф. Шатилов [1, с. 114].

И. А. Дехерт определяет аудирование как «деятельность по восприятию и распознаванию речи на слух» [2, с. 36].

У Г. В. Роговой и И. Н. Верещагиной аудирование — это «понимание воспринимаемой на слух речи» [3, с. 54].

У Н. И. Гез находим следующее определение — «аудирование является сложной рецептивной мыслительно — мнемонической деятельностью, связанной с восприятием, пониманием и активной переработкой информации, содержащейся в устном речевом сообщении» [4, с. 161].

Из определений следует, что главная задача аудирования — воспринимать информацию, активно перерабатывать и удерживать ее в памяти.

Рассмотрим ряд трудностей, возникающих при обучении аудированию.

Трудности аудирования могут быть связаны:

1) с условиями восприятия (кратковременность и однократность предъявления информации; темп; источник аудирования);

2) с восприятием языковой формы (сложный или незнакомый лексический и грамматический материал; наличие омонимов и омофонов; слова, употребленные в переносном значении и многозначные слова);

3) с содержанием и формой предъявления аудиотекста (понимание фактов, логики и общей мысли или идеи);

4) с овладением социолингвистической и социокультурной компетенцией.

Существует мнение, согласно которому следует выделять связанные с восприятием конкретной разновидности деятельности речевого характера дополнительные трудности. По мнению В. М. Филатова, восприятие монологических текстов в сопоставлении с диалогическими является менее сложным. В числе текстов, являющихся монологическими, восприятие описательных текстов вызывает более выраженные затруднения по сравнению с восприятием фабульных текстов [5, с. 241].

В публикациях Н. В. Елухиной выделена особая категория затруднений, сопутствующих овладению такими компетенциями, как социокультурная, социолингвистическая. При восприятии информации затруднения с ее пониманием возникают в случае, если воспринимающий субъект не знает традиции, культуру, социальные нормы и правила поведения лиц, являющихся носителями языка, а также норм ситуативного использования языковых средств [6].

В методике обучения иностранному языку существуют два пути решения трудностей обучения аудированию: их преодоление или их устранение.

Наиболее эффективной и правильной стратегией по решению трудностей аудирования является их постепенное преодоление в процессе обучения, так как важны не просто результаты, а достижение главной цели, подготовка учащихся к речевому общению в естественных условиях [6].

Как мы видим, аудирование действительно очень сложный вид речевой деятельности. И для того, чтобы процесс обучения аудированию был эффективным, педагогу необходимо четко понимать, что представляет собой аудирование с психологической точки зрения.

В этой связи необходимо наличие представления о механизмах функционирования аудирования. Комплекс базовых механизмов, составляющих основу аудирования, представлен механизмом артикулирования, речевым слухом, вероятностным прогнозированием и памятью [6].

В числе ключевых механизмов аудирования существенная роль принадлежит речевому слуху, за счет которого обучающийся узна-

ет в потоке речи образы, которые ему знакомы. За счет речевого слуха человек имеет возможность воспринимать устную речь с выделением в ней смысловых синтагм.

При этом данный механизм не является достаточным для того, чтобы успешно воспринимать иноязычную речь. После восприятия необходимо запоминать, удерживать воспринятую единицу. Таким образом, необходим механизм памяти. Между всеми видами памяти существует взаимодействие, и все они являются значимыми для того, чтобы процесс понимания речи на слух был успешным. Так, продолжительность удержания, воспринятого в такой памяти, как кратковременная, ограничивается десятью секундами. На протяжении данного периода отбирается информация, оцениваемая в соответствующий момент как существенная. Для того, чтобы проводить подобный отбор, необходимо узнавание. Узнавание обеспечивается за счет сопоставления единицы, которая была воспринята на слух, с присутствующим в долговременной памяти эталоном.

В работах значительного числа исследователей – В. И. Соновского, Е. Н. Солововой, А. С. Лурье, О. В. Баркенковой, Е. П. Кузьмичевой, М. М. Дубровина, Ю. А. Комарова, Г. А. Гуняшовой и др. – предложены разнообразные подходы к пониманию схемы работы с использованием видеоматериалов

Предложенный Е.Н. Соловьевой подход к пониманию схемы работы с использованием материалов характеризуется детализацией действий, реализуемых педагогом в рамках каждой из стадий. При этом применительно к каждой из стадий предусматривается комплекс упражнений, позволяющих педагогу более успешно решать задачи обучения.

Рассмотрим подробнее каждую стадию работы с аудио- и видеотекстом – преддемонстрационную, демонстрационную и последдемонстрационную.

В рамках первой из указанных стадий необходимо предоставить инструкции, мобилизовать на интенсивную работу, обеспечивать формирование организационной и мотивационной установки.

На следующей стадии при демонстрации видеоматериалов необходимо обеспечить активную учебную деятельность учащихся.

Завершающая стадия сопряжена с оценкой педагогом понимания обучающимися продемонстрированного видеоматериала. Необходимо контролировать понимание речевых, языковых средств, которые были использованы в соответствующем фрагменте [7, с. 136].

Таким образом, факторы, обуславливающие целесообразность использования в рамках учебного процесса видеоматериалов, следующие: возможность реализовывать связанные с развитием речевых навыков методические цели; доступность у казанских материалов; высокая мотивация; присущие воздействию данных материалов на обучающихся психологические особенности; широкие технические возможности.

Библиографический список

1. **Шатилов, С. Ф.** Методика обучения иностранным языкам. — М.: Просвещение, 1995. — 213 с.
2. **Дехерт, И. А.** Некоторые проблемы реализации практических целей обучения иностранному языку — применительно к аудированию // ИЯШ. — 1983. — № 1. — С. 21–24.
3. **Рогова, Г. В.** Методика обучения английскому языку на начальном этапе в средней школе. Пособие для учителей / Г.В. Рогова, И.Н. Верещагина — М.: Просвещение, 1988. — 224 с.
4. **Гез, Н. И.** Методика обучения иностранным языкам в средней школе: учебник / Н. И. Гез, М. В. Ляховицкий, А. А. Миролюбов — М.: Высшая школа, 1982. — 373 с.
5. **Филатов, В. И.** Методика обучения иностранным языкам в начальной и основной общеобразовательной школе / Ростов-на-Дону, 2014. — 417 с.
6. **Елухина, Н. В.** Обучение слушанию иноязычной речи / Н. В. Елухина // ИЯШ. — 1996. — № 5. — С. 21–23.
7. **Соловова, Е. Н.** Методика обучения иностранным языкам: базовый курс: пособие для студентов пед. вузов и учителей. — М.: Астрель, 2008. — 238 с.
8. **Зимняя, И. А.** Лингвopsихология речевой деятельности. — М.: Изд-во Моск. псих.-соц. ин-та; Воронеж: МОДЭК, 2001. — 432 с.
9. **Серова, Т. С., Коваленко, М. П.** Специфические характеристики переводческого аудирования и их дидактические функции в процессе об-

учения студентов устному последовательному переводу // Язык и культура. — 2019. — № 46. — С. 280–298.

10. **Аликина Е. В.** Концепция обучения устной переводческой деятельности в системе высшего лингвистического образования на основе интегративного подхода: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.02 / Нижегород. гос. лингвист. ун-т им. Н.А. Добролюбова. — Н. Новгород, 2017. — 45 с.

Агаева Руфана Натик кызы — магистр; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. E-mail: agayeva-rufana@mail.ru.

Аносова Наталия Эдуардовна — Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. E-mail: anosova_ne@spbstu.ru.

УДК 81'38

Анастасия Константиновна Андреева
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ О ЖЕНЩИНЕ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АВТОРОВ

Аннотация. Статья посвящена проблеме репрезентации гендерных стереотипов о женщинах в художественных произведениях современных англоязычных авторов. В статье рассматривается понятие «гендерный стереотип» и его роль в отражении коллективного сознания. Показана взаимосвязь художественной литературы, которая является продуктом культурно-исторического развития социума и общественного мнения. Описываются стереотипы о маскулинности и феминности, присущие многим культурам. На примере романов «Тайный мир шопполика» Софи Кинселлы и «До встречи с тобой» Джоджо Мойес предпринимается попытка проведения анализа с целью выявления языковых средств, отражающих полоролевые стереотипы о женщинах в современном обществе. Доказано, что не все гендерные стереотипы являются верными.

Ключевые слова: гендерная лингвистика, гендерология, гендерный стереотип, полоролевые стереотипы, современная художественная литература.

LINGUISTIC REPRESENTATION OF GENDER STEREOTYPES ABOUT WOMEN IN THE WORKS OF MODERN ENGLISH-SPEAKING AUTHORS

Abstract. The article is devoted to the representation of gender stereotypes about women in the modern English-speaking authors' works. The article discusses the concept of «gender stereotype» and its role in reflecting collective consciousness. The interrelation of fiction and public opinion is shown. The author of the article attempts to conduct analysis in order to identify linguistic and stylistic means of representation of gender-role stereotypes about women in modern society. The novels «Confessions of a Shopaholic» by Sophie Kinsella and «Me Before You» by Jojo Moyes are used as example.

Keywords: gender linguistics, gender stereotype, gender role stereotypes, modern fiction.

Язык представляет собой социокультурное явление, ориентированное на человека (антропоцентрическое явление). Человек использует язык как средство общения, инструмент получения информации, хранит и передает знания с его помощью [1]. Изучением взаимосвязи языка и гендера занимается гендерная лингвистика (или гендерология), которая в первую очередь исследует способы отражения гендера в языке и конструирование его в коммуникации людей при помощи языковых структур.

В связи с взаимовлиянием художественных произведений и социальной реальности, перспективным видится исследование гендерного аспекта в рамках современной художественной литературы. Являясь частью массовой культуры, художественная литература отражает изменения в социуме и общественном сознании, смену культурных ценностей современного общества.

Наше исследование концентрируется на феномене гендерного стереотипа. В контексте гендерных исследований данный термин подразумевает под собой устоявшиеся в определенной культуре, социально обусловленные представления о качествах, функциях,

моделях поведения и социальных задачах представителей обоих полов, закрепившиеся в коллективном сознании [2]. Отметим, что в рамках разных культур явление гендерной стереотипизации будет отличаться в связи с историческими условиями развития того или иного общества и гендерных отношений в нем, а также существующих в обществе концепций женственности и мужественности.

Будучи продуктом культуры определенного общества, художественный текст отражает его представления и ценности, содержит в себе информацию о категориях женственности и мужественности. В нашей статье мы будем рассматривать языковую репрезентацию феномена гендерного стереотипа в текстах художественных произведений современных англоязычных авторов.

Невзирая на разнообразие материалов и подходов к изучению гендера, исследования, посвященные репрезентации гендерных стереотипов в произведениях современной художественной литературы, недостаточно раскрывают проблему и не носят комплексный характер.

Случаи гендерной стереотипизации скрыты или неявно появляются в текстах художественных произведений, так как на всех этапах культурного развития литература отражала реальную действительность, переосмысленную и изложенную автором. Частью этой действительности являются и полоролевые стереотипы. Отметим, что представленные формы, выражая точку зрения автора, могут быть частично субъективны, однако, мы будем считать их релевантными для нашей работы. Обобщенность представления послужила главным критерием отбора текстов для анализа на содержание в отрывках гендерной стереотипизации. Таким образом, гендерные стереотипы в представленных примерах будут относиться не столько к герою произведения, сколько к мужскому или женскому полу в целом.

Стереотипы маскулинности/феминности согласуются в значительной степени во многих культурах, традиционно приписывающих мужчине ум, властность, физическую силу, рационализм, агрессивность, уверенность, доминирование, независимость, грубость, успешность [3]. Соответственно, женщина наделена качествами, представляющими второй элемент бинарной оппози-

ции. В ее социальном поведении преобладают: эмоциональность, импульсивность в принятии решений, мечтательность, чувствительность, самоотверженность, покорность, заботливость, суеверность и способность к эмпатии и самопожертвованию. Кроме того, во многих культурах одним из ключевых гендерных стереотипов является стремление женщины стать матерью, завести семью [3]. Рассмотрим, как отражаются данные полоролевые стереотипы в произведениях современных англоязычных авторов.

Материалом для исследований, представленных в настоящей работе, послужили произведения современных англоязычных авторов: Софи Кинселлы и Джоджо Мойес.

Героиня романа Софи Кинселлы «Тайный мир шопоголика», Ребекка, воплощает в себе сразу несколько гендерных стереотипов. Рассказывая о своей работе редактором финансовых новостей, она признается: «*I still know nothing about finance. People at the bus stop know more about finance than me. Schoolchildren know more than me. I've been doing this job for three years now, and I'm still expecting someone to help me out*» [4, с. 7]. Лексический повтор и гипербола в цитате помогают читателю понять, что решение Ребекки о выборе карьеры было импульсивным и необдуманым, что является характерным поведением для женщины, с точки зрения гендерных стереотипов. Кроме того, данное высказывание характеризует ее как беспомощную женщину, которая ожидает спасения со стороны других («... *I'm still expecting someone to help me out*»).

Героиня поверхностна, ее больше заботит созданный ею образ, который видят окружающие, чем ее настоящая сущность («*The Financial Times is by far the best accessory a girl can have*»; «*I have to have this scarf. It makes my eyes look bigger, it makes my haircut look more expensive, it makes me look like a different person*» [4, с. 9]). С помощью таких стилистических средств как сравнение («*accessory*») и лексический повтор («*it makes...*») автор показывает, что Ребекка стремится понравиться другим, подстраиваясь под стандарты общества.

Однако отметим, что наиболее распространенный гендерный стереотип о том, что основное женское предназначение – это семья и дом, героиня не отображает. Для Ребекки брак – возмож-

ность стать богатой и жить лучшей жизнью, а не главная жизненная цель («*I'm going to be a millionairess, a multimillionaires «...» We'll get married in a gorgeous Scottish castle «...» Of course, I'll love him, too. By then*» [4, с. 96]). Градация («*a millionairess, a multimillionaires*») и эпитет («*gorgeous castle*») усиливают акцент на том, что союз рассматривается как выгодная сделка, основанная не на чувствах, а на расчете.

Лу, главная героиня романа Джоджо Мойес «До встречи с тобой», также обладает определенными качествами и выбирает такие модели социального поведения, которые традиционно отождествляются в обществе с типично «женскими». Она воплощает такие черты, как самоотверженность, способность к самопожертвованию, для акцентирования внимания на которых автор использует различные лингвостилистические приемы: сослагательное наклонение («*Are you really telling me you'd stick around if I was paralysed..?*» - «*Of course I would. You'd still be the same person underneath*» [5, с. 57]), эпитеты и метафоры («*My modest wages had been a little bedrock of housekeeping money, enough to help see the family through from week to week*» [5, с. 17]).

В то же время некоторые поступки Лу характеризуют ее как мечтательную и иррациональную личность («*I tend to say the first thing that pops into my head*» [5, с. 24]; «*I was legendarily bad at caring for things*» [5, с. 33]). В противовес гендерным стереотипам о мужчинах, поведение которых отличает уверенность, стремление к успеху, героиня романа неамбициозна, не знает, чего хочет от жизни, и сама это осознает («*And what exactly do you want to do with your life? Do you have aspirations for a career?*» «...» «*I ... I haven't really thought that far.*» *What kind of person came to an interview without even knowing what she wanted to do?* [5, с. 29]). При помощи риторических вопросов автор показывает всю степень замешательства героини.

Рассматривая позицию Лу на замужество и семью, можно сделать вывод, что брак является для героини не столько собственным желанием, сколько стереотипом, навязанным обществом («*I wasn't really sure what I wanted. «...» I supposed I would probably marry Patrick, knock out a few kids...*» [5, с. 25]). Использование сослагательного наклонения («*...supposed I would...*») и наречия («*probably marry*») при упоминании свадьбы отражает неуверенность героини.

Целью данной статьи мы ставили систематизацию сведений о репрезентации гендерных стереотипов в текстах художественных произведений современных англоязычных авторов. Гендерные стереотипы, выявленные нами в представленных произведениях, отражают сложившиеся представления о женщинах в современном обществе. Вывод, который можно сделать из нашего анализа следующий: не все гендерные стереотипы применимы ко всем представительницам женского пола.

Библиографический список

1. **Лазеева Н. В.** Языковое конструирование гендера в дискурсе гляцевых журналов // Вестник КемГУ. 2012. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovoe-konstruirovanie-gendera-v-diskurse-glyantsevyyh-zhurnalov> (дата обращения: 31.03.2022).
2. **Бешукова Ф. Б.** Языковая репрезентация гендерного стереотипа мужественности в дискурсе СМИ (на материале российских журнальных текстов) // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2017. № 4 (207). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-reprezentatsiya-gendernogo-steretotipa-muzhestvennosti-v-diskurse-smi-na-materiale-rossiyskih-zhurnalnyh-tekstov> (дата обращения: 29.03.2022).
3. **Семикина Ю. Г.** Проблема реализации гендерных стереотипов в художественных произведениях авторов-женщин конца XX начала XXI в. // Известия ВГПУ. 2012. №-6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-realizatsii-gendernyh-steretotipov-v-hudozhestvennyh-proizvedeniyah-avtorov-zhenschin-kontsa-xx-nachala-xxi-v> (дата обращения: 28.03.2022).
4. **Kinsella Sophie.** Confessions of a shopaholic / S. Kinsella. – Текст: электронный. – URL: https://booksafe.net/read/kinsella_sophie-confessions_of_a_shopaholic-214666.html#p1 (дата обращения: 30.03.2022).
5. **Moyes Jojo.** Me Before You / J. Moyes. – Текст: электронный. – URL: <https://onlinereadfreenovel.com/jojo-moyes/30758-me-before-you.html> (дата обращения: 04.05.2021).

Андреева Анастасия Константиновна – магистр; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург. E-mail: nastya_andreva_98@mail.ru.

УДК 811.111

*Елизавета Бузи,
Елена Сергеевна Клочкова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

СТРУКТУРНЫЕ МОДЕЛИ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ СОЧЕТАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ: МОРФОСИНТАКСИЧЕСКИЙ И ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности структурных моделей образования терминосоответствий по гидравлике в английском и русском языках, а также их сопоставление. В ходе работы был составлен список из английских терминологических сочетаний с подобранными к ним русскими эквивалентами. В результате был выявлен ряд моделей образования английских терминосоответствий и были перечислены структурные особенности их перевода на русский язык. Полученные данные способствуют дальнейшему развитию терминоведения, особенно в специальных технических областях.

Ключевые слова: термин, терминосоответствие, структурная модель образования, терминология по гидравлике.

Elisabetta Busi, Elena S. Klochkova
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

STRUCTURAL MODELS OF ENGLISH AND RUSSIAN COMPOUND TERMS: A MORPHOSYNTACTIC AND TRANSLATION ANALYSIS

Abstract. The article discusses the features of structural models used to form English and Russian compound hydraulic terms. It also presents a comparison between the English and Russian models. Within the study, a list of English compound terms with their Russian equivalents was compiled. As a result, the article outlines a number of English compound term formation patterns as well as lists the structural models used to translate English hydraulic terms into Russian. The obtained data contributes to the further development of terminology science, especially its research in the technical field.

Keywords: term, compound term, structural model, hydraulic terminology.

За последние несколько десятилетий применение гидравлических компонентов и систем широко распространилось во многих промышленных и технологических сферах: в металлургическом производстве, машиностроении, сельском хозяйстве, медицинской технике и других отраслях. Интенсивное развитие в области гидравлики также побуждает научное сообщество проводить исследования и находить все новые применения и разработки. Эти новые идеи публикуются в научных статьях, монографиях, учебниках и т.д. Таким образом, в научный оборот входят новые термины для обозначения новых понятий и концепций. Необходимо добавить, что большинство научных текстов публикуются на английском языке, так как он традиционно является языком международного профессионального общения. В связи с более широким применением гидравлического оборудования и в отечественной промышленности появляется необходимость в использовании новых научных разработок, а, следовательно, в переводе научных работ, в том числе в переводе и стандартизации новых терминов и терминологических сочетаний. Терминология как особый пласт лексики имеет свою специфику, обусловленную как лингвистическими (структурные модели терминов и терминологических сочетаний, особенности терминообразования и т.п.), так и экстралингвистическими факторами (концептуальные различия научных школ и направлений). Поэтому анализ национальной специфики и гармонизация терминосистем в языковых парах играет важную роль при достижении адекватности и эквивалентности в переводе.

Цель работы – выявить соответствия для структурных моделей терминологических сочетаний в области гидравлики в паре «английский-русский», опираясь на результаты применения корпусного подхода к отбору русских и английских терминологических сочетаний, которые наиболее часто встречаются в современных научных текстах.

В данной работе используется традиционный подход к определению термина, под которым понимают языковой знак, представленный словом или словосочетанием и являющийся средством номинации конкретного или абстрактного понятия или теории определенной специальной области. Термины образуют функци-

ональную подсистему общелитературного языка, которая имеет узконаправленную функцию профессиональной коммуникации [1; 2]. Терминологические сочетания (составные термины) представляют собой многословные, полилексемные комбинации. Терминосочетания составляют подавляющую часть всей терминологии в русском и большинстве европейских языков [3].

В соответствии с поставленной целью был составлен пользовательский корпус общим объемом 896 709 словоупотребления. Материал исследования состоял из англоязычных научных текстов по гидравлике и гидравлическим системам. С помощью корпусного менеджера «Sketch Engine» была проведена обработка корпуса и далее поиск и отбор терминологических сочетаний при помощи инструмента «Keywords». В результате отбора мы создали список англоязычных составных терминов, к которым затем подобрали русские эквиваленты путем анализа справочных и учебных пособий на обоих языках [4; 5; 6]. Таким образом, был составлен англо-русский список, состоящий из 100 самых широко используемых терминологических сочетаний из области гидравлики в английском языке. Фрагмент полного списка представлен в таблице 1.

Затем мы провели морфосинтаксический и сравнительный анализ отобранных английских составных терминов и подобранных к ним русских эквивалентов, чтобы определить основные структурные модели образования составных терминов и способы их передачи на русский язык. Так, были выделены следующие структурные модели.

1). Модель N+N. Данная модель включает в себя такие термино-сочетания, как *bulk modulus*, *spool valve*, *fluid viscosity*, и переводится на русский язык с помощью следующих моделей:

- а) термин-слово (*flow rate* → расход);
- б) сложное слово (*fire resistance* → огнестойкость; *triaryl phosphate* → триарилфосфат);
- в) сочетание сущ. + сущ. в род. п. (*film thickness* → толщина слоя; *test fluid* → образец жидкости);
- г) сочетание прил. + сущ. (*phosphate ester* → фосфатный эфир; *spool valve* → золотниковый гидрораспределитель);

Таблица 1

**Английские терминосочетания по гидравлике и их эквиваленты
(фрагмент)**

№	Термин	Эквивалент
1	hydraulic fluid	Гидравлическая жидкость, рабочая жидкость
2	hydraulic system	Гидросистема
3	hydraulic fluid technology	Гидравлическая жидкостная техника
4	hydraulic oil	Гидравлическое масло
5	mineral oil	Минеральное масло
6	bulk modulus	Объемный модуль упругости
7	phosphate ester	Фосфатный эфир
8	spool valve	Золотниковый гидрораспределитель
9	fluid viscosity	Вязкость гидравлической жидкости
10	hydraulic pump	Гидронасос
11	fire-resistant hydraulic fluid	Огнестойкая гидравлическая жидкость
12	control valve	Регулирующий клапан
13	linear actuator	Линейный привод
14	film thickness	Толщина слоя
15	piston pump	Поршневой насос
16	viscosity index	Индекс вязкости
17	vane pump	Пластинчатый насос
18	hydraulic control system	Гидравлическая система управления
19	polyol ester	Полиоловый эфир
20	rotary actuator	Поворотный привод

д) сочетание сущ. + сущ. с предлогом (*bench test* → испытание на стенде);

е) сочетание сущ. + прил. + сущ в род. п. (*fluid viscosity* → вязкость гидравлической жидкости; *fluid type* → вид гидравлической жидкости);

ж) сочетание прил. + сущ. + сущ в род. п. (*bulk modulus* → объемный модуль упругости);

и) сочетание сущ. + сущ в род. п. + сущ в род. п. (*flow force* → сила потока жидкости)

к) сочетание прил. + сущ. + сущ. с предлогом + прил. + сущ. в род. п. (*polyol-ester-based fluid* → гидравлическая жидкость на основе полиолового эфира).

2). Модель **Adj+N** (*hydraulic fluid, mineral oil, linear actuator*).

а) сочетание прил. + сущ. (*hydraulic fluid* → гидравлическая жидкость; *rotary actuator* → поворотный привод);

б) сложным словом (*hydraulic system* → гидросистема; *thermal conductivity* → теплопроводность);

в) сочетание сущ. + сущ в род. п. (*settling time* → время установления; *operating condition* → условия эксплуатации).

3). Модель **N+N+N** (*four-way spool valve, flapper nozzle valve*).

а) сочетание прил. + прил. + сущ. (*four-way spool valve* → четырехлинейный золотниковый гидрораспределитель);

б) сочетание сущ. + сущ в род. п. + сущ в род. п. (*flapper nozzle valve* → гидрораспределитель типа сопло-заслонка).

4). Модель **Adj+N+N** (*hydraulic fluid technology, hydraulic control system, volumetric flow rate*).

а) сложное слово (*directional control valve* → гидрораспределитель);

б) сочетание прил. + сущ. (*volumetric flow rate* → объемный расход; *axial piston pump* → аксиально-поршневой насос);

в) сочетание прил. + сущ. + сущ. в род. п. (*hydraulic control system* → гидравлическая система управления);

5). Модель **Adj+Adj+N** (*fire-resistant hydraulic fluid* → огнестойкая гидравлическая жидкость). В данном случае применяется модель сложное прил. + прил. + сущ.

6). Модель **N+Adj+N** (*water-glycol hydraulic fluid* → водно-гликолевая гидравлическая жидкость). Здесь также применяется модель сложное прил. + прил. + сущ.

7). Модель **N+Prep+Adj+N** (*coefficient of thermal expansion* → коэффициент теплового расширения). Переводится с помощью структурной модели образования сущ. + прил. + сущ. в род. п.

Таким образом, при анализе структурных моделей образования составных терминов мы определили две модели образования двухкомпонентных терминосочетаний и четыре модели образования трехкомпонентных терминов. Кроме того, был выявлен один случай с четырехкомпонентным термином. Также мы исследовали структурные модели образования русских терминов-эквивалентов и показали модели, применяемые при переводе определенных моделей образования английских терминосочетаний. Структурная модель образования прил.+ сущ. встречалась наиболее часто, и процентное соотношение составило 41% от представленного списка терминов.

Библиографический список

1. **Лейчик В. М.** Терминоведение: предмет, методы, структура. / В. М. Лейчик. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 256 с. – Текст: непосредственный.
2. **Данькова Т. Н.** Проблемы современной терминологии: монография / Т. Н. Данькова, О. В. Загоровская. – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2018. – 219с. –
3. **Гринёв-Гриневиц С. В.** Терминоведение: учебное пособие / С. В. Гринёв-Гриневиц. – М.: Академия, 2008. – 304 с. – Текст: непосредственный.
4. **Кошман В. С.** Гидравлика, теплотехника и газовая динамика. Термины и определения: учебное пособие / В. С. Кошман, А. Т. Манташов. – Пермь: Изд-во ФГБОУ ВПО Пермская ГСХА, 2013. – 55 с. – Текст: непосредственный.
5. Hydraulics & Pneumatics.com : Fluid power glossary – сайт. URL: <https://www.hydraulicspneumatics.com/fluid-power-basics/reference-material/article/21884238/fluid-power-glossary> – Текст: электронный.
6. Гидропривод. Основы и компоненты: учебный курс по гидравлике. Т. 1 (на рус. яз.) / Х. Экснер, Р. Фрейтаг, Д-р Х. Гайс [и др.], пер. с нем. яз. Д. В. Горобец, под ред. В. К. Свешникова. – Германия: Бош Рексрот АГ, 2003. – 232 с. – Текст: непосредственный.

Бузи Елизавета – студент магистратуры, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: elizaveta.busi@gmail.com.

Клочкова Елена Сергеевна – кандидат филологических наук, доцент Высшей школы лингводидактики и перевода, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; E-mail: klochkova_es@spbstu.ru.

УДК 81–26: 347.78.034

Кристина Александровна Горбунова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ В ДЕТСКИХ АНИМАЦИОННЫХ ФИЛЬМАХ: ДИНАМИЧЕСКАЯ ЭКВИВАЛЕНТНОСТЬ

Аннотация. Данная статья посвящена актуальным вопросам перевода детских анимационных произведений. Детально рассматриваются способы передачи англоязычных реалий на русский язык с учетом технических и языковых особенностей, присущих данному жанру аудиовизуальных произведений. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что при переводе англоязычных реалий на русский язык в детских анимационных фильмах критерием качества аудиовизуального перевода может выступать динамическая эквивалентность. Подобный подход может облегчить процесс адаптации культурных реалий в аудиовизуальном произведении для более правильного восприятия данных лексем детьми с учетом особенностей их психолингвистического развития и специфики детского восприятия.

Ключевые слова: аудиовизуальный перевод, детские анимационные фильмы, динамическая эквивалентность, реалии.

Kristina A. Gorbunova
Peter the Great Saint-Petersburg
Polytechnic University

TRANSLATING REALIA IN CHILDREN'S ANIMATED FILMS: DYNAMIC EQUIVALENCE

Abstract. The article discusses audiovisual translation of children's animated films, including in particular the ways of adapting cultural realities when translating them from English into Russian. The linguistic properties and technical limitations of this audiovisual genre are considered in the article. The conducted analysis shows that dynamic equivalence can be used as the quality criterion when translating cultural realia from English into Russian. This

approach can facilitate the process of adapting realia in children's animated films considering the psycholinguistic development and perception capabilities of children.

Keywords: audiovisual translation, children's animated films, dynamic equivalence, realia.

В последние несколько десятилетий аудиовизуальное воздействие тесно связано с многоязычием, поскольку аудиовизуальные материалы создаются по всему миру на разных языках. Следовательно, для передачи содержания этих материалов другим культурам требуется процесс перевода. Все большую популярность приобретают детские анимационные фильмы, перевод которых, в силу технических и языковых особенностей, весьма отличается от перевода произведений, ориентированных на более взрослую аудиторию.

В настоящее время научные разработки в области аудиовизуального перевода (АВП) представлены в трудах не только российских, но и зарубежных авторов (А. В. Козуляев, О. Ю. Кустова, Е. Д. Малёнова, В. В. Сдобников; Х. де лос Рейес Лозано, Ф. Шом, Е. О'Коннелл и др.). Среди прочих вопросов, связанных с исследованием АВП, особенно стоит отметить изучение интерпретации реалий (Е. В. Зубкова, Н. Г. Погорелая, Ю. В. Артемьева, Ю. В. Явари; Ю. Найда, С. Варга, К. Пердикаки и др.), так как реалии занимают особое место в культуре любого народа, а значит и в структуре любого языка.

В данной статье будут рассмотрены особенности применения теории динамической эквивалентности при передаче реалий с английского языка на русский в детском анимационном фильме. Объектом исследования послужили культурные реалии в детском англоязычном анимационном фильме. Предмет исследования составили способы передачи реалий на русский язык.

Материалом данного исследования послужил текст англоязычного анимационного фильма «Сосо» («Тайна Кок»), созданного американской анимационной студией Пиксар совместно с компанией Уолт Дисней в 2017 году, а также текст его официальной русскоязычной дублированной версии (переводчик – Михаил

Черепнин).

В настоящее время наиболее распространенными видами аудиовизуального перевода являются субтитрование, закадровый перевод и дублированный перевод, причем именно последний чаще всего используется при переводе детских фильмов [1].

При переводе анимационных фильмов под полный дубляж, переводчики сталкиваются с различными трудностями и ограничениями, присущими аудиовизуальному тексту и, в частности, данному виду АВП.

Х. де лос Рейес Лозано отмечает, что аудиовизуальный текст передает информацию одновременно через совокупность нескольких семиотических кодов, которые включают в себя лингвистический, паралингвистический, музыкальный, иконический и др. [1]. Таким образом, аудиовизуальный текст представляет собой семиотический конструкт, состоящий из совокупности семиотических кодов, оказывающих воздействие на получателя одновременно.

Полисемиотичность анимационных произведений обусловлена также особенностями психолингвистического развития ребенка и спецификой детского восприятия окружающей действительности, описанными в ряде психолингвистических и психологических исследований [Е. Ю. Данилова, А. Ю. Шаханская, Е. В. Васильева и др.]. Так, в отличие от взрослого человека, у ребенка доминирует наглядно-образное мышление, что обуславливает наличие яркого видеоряда в анимационном произведении. Стоит также отметить, что особенности детского восприятия определяют язык кинотекста: преобладание простой однозначной лексики, несложные синтаксические структуры, широкое использование эпитетов, сравнений и др.

Помимо этого, по мнению Ф. Шома, при осуществлении дублированного перевода переводчиком должны быть учтены 3 основные синхронности: губная синхронность, то есть совпадение переведенного текста с движением губ персонажа на экране; кинетическая синхронность или совпадение жестов и действий с языковыми знаками; и изохрония – совпадение длительности

высказываний исходного текста с длительностью высказываний в переведенном тексте. Ф. Шом также отмечает, что для детей первостепенное значение имеет именно кинетическая синхронность, поскольку младшую аудиторию, как правило, привлекают цвета, формы и жесты персонажей [2].

Стоит также отметить, что воздействие дублированного произведения на аудиторию должно быть приближено к воздействию, которое оказывает оригинальное произведение на носителя той или культуры. Если переводчику это удастся, то, по мнению А. В. Козуляева, между оригинальным произведением и его дублированной версией достигается динамическая эквивалентность [3].

Термин «динамическая эквивалентность» был представлен впервые в работах Ю. Найды как противопоставление формальной эквивалентности. Формальная эквивалентность при переводе подразумевает передачу содержания текста с полным сохранением его исходной формы. Динамическая эквивалентность, в свою очередь, нацелена на достижение равенства воздействия аудиовизуального произведения на аудиторию вне зависимости от языковых средств [4].

Стоит отметить, что особую сложность при достижении динамической эквивалентности представляют культурные реалии. По мнению Е. В. Зубковой и Н. Г. Погорелой, традиционные подходы к переводу культурных реалий в полной степени не обеспечивают динамически эквивалентного аудиовизуального перевода. В связи с этим Е. В. Зубкова и Н. Г. Погорелая предлагают рассматривать культурные реалии не с точки зрения их содержания, а с точки зрения их роли в кинособытии и всем кинопроизведении. Исследователи выделяют информационную, эмоциональную и сюжетную роли реалий в аудиовизуальных произведениях. Так, информационная роль подразумевает, что реалия не важна ни сюжетно, ни эмоционально, а лишь несет в себе некую информацию. Реалии, выполняющие эмоциональную функцию, играют важную роль в создании эмоционального фона и общего воздействия на аудиторию. Сюжетная роль, в свою очередь, предполагает, что реалия несет в себе наиболее значимую информацию относительно событий киносюжета и/или образа героев [5].

Что касается способов передачи культурных реалий, в данной статье используется классификация приемов, предложенная С. И. Влаховым и С. П. Флориным: транскрипция, транслитерация, калька, полукалька, освоение, создание неологизма, уподобление, описательный и контекстуальный перевод, родовидовая замена и замена реалии языка оригинала на реалию языка перевода [6, С. 89].

Учитывая вышесказанное, в данной статье был проведен анализ некоторых наиболее ярких примеров из детского анимационного фильма «Сосо» («Тайна Коко»). Примеры представлены в таблице 1.

В примере 1 реалия выполняет информационную функцию. В данном случае переводчику необходимо добиться того, чтобы переводная реплика передавала аудитории такую же информацию, как и оригинальная реплика.

Стоит отметить, что в момент звучания указанной реплики мы можем наблюдать в кадре названный предмет. Поэтому, с точки зрения сохранения кинетической синхронности, передача данной реалий не должна вызывать трудностей. В данном случае имела бы место быть транслитерация реалии («тамале»), поскольку называнию реалии предшествуют ее демонстрация в кадре.

Однако у детей, не знакомых с национальным колоритом Мексики, скорее всего, возникли бы трудности с восприятием оригинального звучания реалии. В связи с этим переводчик передает данную реалию с помощью родовидовой замены — замены единицы «tamale», имеющей более узкое значение (вид), единицей «сладенькое» с более широким значением (род). Такой выбор способа передачи реалии, а также выбор самой лексемы можно считать вполне успешным, поскольку исходя из изображения данной реалии в кадре, данное блюдо по своему виду напоминает блинчики со сладкой начинкой внутри. Так, переводчику удалось подобрать правильное и понятное для детской русскоязычной аудитории описание образа на экране и тем самым сохранить кинетическую синхронность и информационную роль реалии в кинособытии.

Таблица 1

Роли реалий и способы их передачи

Реалия	Перевод	Комментарий	Роль	Способ передачи
– I asked if you would like more tamales .	– А сладенькое -то будешь?	Tamales – тамале – мексиканское блюдо (сладкое тесто, обернутое в кукурузные листья).	Информационная (называет блюдо в кадре)	Родовидовая замена
– Are those – ? Alebríjes! – REAL alebríjes.	– Что за звери? Волшебные , да? – Да, волшебные, но настоящие.	Alebríjes – алебрихе – мексиканские народные игрушки в виде сказочных зверей.	Информационная Эмоциональная (передает удивление и восхищение героя)	Описательный перевод
– Cempasúchil , cempasúchil. Aha! Now, you look at the living and say his name.	– Лепесточек местоцветика нужен. Ага! Так, смотрите на живого, называете имя.	Cempasúchil (<i>исп.</i>) – семпасучитль – бархатцы; в Мексике считается «цветком мертвых».	Сюжетная (объясняет, как главному герою вернуться домой в «мир живых»)	Создание неологизма

Что касается реалии «alebríjes», представленной в примере 2, в соответствующем ей кинособытии она не только несет в себе информацию о фантастических существах, но и передает восхищение и удивление героя, который думал, что эти звери существуют лишь в сказках.

Аналогично прошлому примеру, транскрипция данной реалии («алебрихе») или же ее прямой перевод («мексиканская игрушка») был бы неуместен, поскольку данные лексемы не оказывают на детскую русскоязычную аудиторию схожее с оригиналом эмоциональное воздействие. В связи с этим переводчиком было принято решение передать данную реалию с помощью описательного перевода – «волшебные звери». С помощью этих лексем переводчику удастся не только верно описать изображение в кадре, но и сохранить эмоциональное наполнение кинособытия (прилагательное «волшебные» понятно русскоязычной юной аудитории и вызывает схожие эмоции). Соответственно, переводная реплика оказывает такое же воздействие на аудиторию, как и оригинальная реплика, а значит была достигнута динамическая эквивалентность.

Пример 3 демонстрирует, что культурная реалия может также выполнять сюжетную функцию в аудиовизуальном произведении. В данной ситуации особенно важно обеспечить адекватное восприятие национальной реалии зрителями.

В данном контексте для представителей мексиканской культуры использование реалии «cempasúchil» (семпасучитль или бархатцы) является вполне понятным и оправданным, поскольку бархатцы называют в Мексике «цветком смерти», яркий цвет и сильный запах которого помогают душам найти дорогу в «мир живых». Однако, в русской культуре бархатцы не имеют подобного символического значения. Несмотря на то, что данная реалия демонстрируется в кадре, при ее прямом переводе («бархатцы»), восприятие русскоязычной аудиторией информации, которую несет данная реалия, было бы искажено, что в данном случае недопустимо, так как эта информация является существенно важной для киносюжета. Поэтому в дублированной версии мультфильма реалия «cempasúchil» передается переводчиком как «местоцветик» (цветок, который растет в определенной местности, в данном случае в загробном мире).

С одной стороны, с помощью данного неологизма переводчик объясняет аудитории, почему именно этот цветок необходим для того, чтобы вернуть героя в «мир живых» (потому что цветок рас-

тет в «магическом» загробном мире и, следовательно, обладает магическими свойствами), и тем самым сохраняет роль реалии в кинопроизведении. Тем не менее, подобный выбор способа передачи реалии, а также выбор самой лексемы является не совсем удачным, поскольку юной аудитории, в силу особенностей психолингвистического развития, вряд ли будет понятно значение неологизма «местоцветик». Возможно, более удачным способом передачи данной реалии мог бы быть описательный перевод – «волшебный цветочек/лепесточек». Так, удастся не только сохранить роль реалии в киносюжете, но и адаптировать язык кинотекста к восприятию юной аудиторией с учетом особенностей психолингвистического развития детей.

Таким образом, при переводе культурных реалий в детских анимационных фильмах критерием качества аудиовизуального перевода может выступать динамическая эквивалентность, которая подразумевает под собой воссоздание в переводе роли реалии, нежели ее точного содержания. Подобный подход может облегчить процесс адаптации культурных реалий в аудиовизуальных произведениях для более правильного восприятия данных лексем детьми, которым, в силу особенностей психолингвистического развития, могут быть не понятны те или иные культурно окрашенные слова и образы.

Библиографический список

1. **De los Reyes Lozano J.** Bringing all the Senses into Play: the Dubbing of Animated Films for Children / J. de los Reyes Lozano // Palimpsestes. – 2017. – No. 30. – P. 99–115. URL: <https://www.researchgate.net/publication/320949308>.
2. **Chaume F.** Audiovisual Translation: Dubbing. – Manchester: St. Jerome Pub., 2012. – P. 208.
3. **Козуляев А. В.** Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности и особенности обучения данному виду перевода / А. В. Козуляев // Царскосельские чтения. – 2013. – № 17. С. 374–381. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/audiovizualnyu-polisemanticheskii-perevod-kak-osobaya-forma-perevodcheskoy-deyatelnosti-i-osobnosti-obucheniya-dannomu-vidu>.
4. **Шелестюк Е. В., Гриценко Э. Д.** О форенизации и доместикизации в переводе и возможностях их лингвистической оценки / Е. В. Шелестюк,

Э. Д. Гриценко // Вестник ЧелГУ. – 2016. – №4 (386). С. 202–207. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-forenizatsii-i-domestikatsii-v-perevode-i-vozmozhnostyah-ih-lingvisticheskoy-otsenki>.

5. **Зубкова Е. В., Погорелая Н. Г.** Достижение динамической эквивалентности при передаче реалий в аудиовизуальном переводе / Е. В. Зубкова, Н. Г. Погорелая // Вестник ЮУрГГПУ. – 2017. – №2. С. 138–143. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dostizhenie-dinamicheskoy-ekvivalentnosti-pri-peredache-realiy-v-audiovizualnom-perevode-perevodcheskoy-deyatelnosti-i-osobnosti-obucheniya-dannomu-vidu>.

6. **Влахов, С. И.** Непереводимое в переводе [Текст]: монография / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – М.: Международные отношения, 1980. – 343 с.

Горбунова Кристина Александровна – магистрант, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: kr.gorbunovaa@yandex.ru.

УДК 347.78.034

*Мария Алексеевна Ерина,
Наталья Борисовна Смольская*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

РОЛЬ МЕХАНИЗМА ВЕРОЯТНОСТНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ СИНХРОННОГО ПЕРЕВОДА

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению особенностей механизма вероятностного прогнозирования и определению его роли в процессе синхронного перевода. Термин «вероятностное прогнозирование» анализируется с психологической и психолингвистической точек зрения. Особое внимание уделяется иерархической многоуровневой структуре механизма вероятностного прогнозирования, которая включает в себя четыре яруса: просодический, синтаксический, семантико-смысловый и имплицативно-смысловый, и особенностям восприятия переводчика-синхрониста на каждом из уровней данной структуры. Рассматривается

избыточность сообщения как важный фактор, обуславливающий успешность применения механизма вероятностного прогнозирования, и другие ключевые факторы, которые напрямую влияют на эффективность его использования переводчиком в процессе синхронного перевода. В заключении подчеркивается важность применения механизма вероятностного прогнозирования в условиях синхронного перевода.

Ключевые слова: вероятностное прогнозирование, синхронный перевод, языковая избыточность.

Maria A. Erina, Natalia B. Smolskaya
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

THE ROLE OF PROBABILITY PREDICTION IN SIMULTANEOUS INTERPRETING

Abstract. The article considers the features of the probability prediction and its role in simultaneous interpreting. Probability prediction is analyzed according to psychological and psycholinguistic points of view. Hierarchical multi-level structure of the probability prediction and the perception features of the simultaneous interpreter at the probability prediction levels are of particular concern. The article highlights importance of speech redundancy that determines the success of probability prediction, and other key factors that impact the effectiveness of its use by a simultaneous interpreter and significance of probability prediction in simultaneous interpreting.

Keywords: simultaneous interpreting, probability prediction, speech redundancy.

Большинство ученых сходятся во мнении, что синхронный перевод является комплексным видом переводческой деятельности. Это объясняется тем, что восприятие содержания сообщения на исходном языке (ИЯ) и его порождение на языке перевода (ПЯ) переводчиком происходит синхронно или почти синхронно, при этом речь синхрониста следует за речью оратора с отставанием, составляющим не более трех-шести секунд. В процессе перевода синхронист использует несколько механизмов переводческой деятельности для достижения эффективности, адекватности и эквивалентности перевода. По мнению многих исследователей ведущим механизмом в процессе синхронного перевода является механизм

вероятностного прогнозирования, который лежит в основе речевой деятельности человека. Изучением механизма вероятностного прогнозирования занимались такие ученые в области физиологии, психологии и психолингвистики, И. М. Фейгенберг, А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн, Л. С. Выготский, И. А. Зимняя, Р. М. Фрумкина, Г. В. Чернов и др., однако принципы его работы остаются не до конца изучены и подлежат дальнейшему подробному исследованию.

Впервые термин «вероятностное прогнозирование» был введен советским психофизиологом И. М. Фейгенберг. Согласно исследователю, при вероятностном прогнозировании организм реагирует на возникновение какой-либо ситуации соответственно другой ситуации, которая, в свою очередь, отличается высокой вероятностью возникновения. И. М. Фейгенберг подчеркивает, что определенность прогноза зависит от количества и частоты событий, который случались после возникновения какой-либо ситуации; чем чаще эти события возникали, тем лучше и точнее организм отвечал реакцией на данную ситуацию. Таким образом, вероятностное прогнозирование представляет собой так называемую «преднастройку к действиям в предстоящей ситуации, опирающуюся на вероятностную структуру прошлого опыта и информацию о наличной ситуации» [5, с. 127–128].

В психологии под вероятностным прогнозированием понимается готовность организма реагировать на тот или иной слуховой раздражитель, выдвигать гипотезы о смысловом содержании высказывания и его оформлении, опираясь при этом прошлый опыт коммуникации. Как пишет И. А. Зимняя, участники речевой деятельности в условиях коммуникативной ситуации выдвигают гипотезы, основываясь на словосочетаниях, предложениях или контексте всего высказывания [2].

Синхронный перевод невозможен без использования механизма вероятностного прогнозирования. Согласно Г. В. Черному, в процессе синхронного перевода переводчик, воспринимая сообщение на ИЯ на слух, строит предположения о смысловом содержании, вербальном развитии или о том, каким образом оратор завершит свою речь на основе подсознательной субъективной оценки. Затем синхронист, продолжая воспринимать сообщение

на ИЯ, либо подтверждает, либо отклоняет свои предположения и выполняет самокоррекцию [7, с. 128].

Отличительным признаком механизма вероятностного прогнозирования в процессе восприятия сообщения на ИЯ, по мнению Г. В. Чернова, является его сложная иерархически организованная многоуровневая структура. Среди наиболее важных уровней механизма вероятностного прогнозирования исследователь выделяет четыре уровня: просодический, вербальный уровень лексической сочетаемости, уровень лексико-семантической сочетаемости, уровень семантико-синтаксической сочетаемости. Эти уровни составляют семантико-смысловой ярус всего механизма и позволяют переводчику при синхронном переводе «строить динамическую внутреннюю программу (план) высказывания на ПЯ» [7, с. 68]. Далее следуют ярус текста и уровни смысловых отношений внутри текста, которые относятся ко второму ярусу. Наконец, последний ярус иерархии, представляющий собой уровень ситуации общения в условиях синхронного перевода, включает в себя уровень мотива сообщения.

Итак, иерархически организованная многоуровневая система механизма вероятностного прогнозирования может быть представлена следующим образом в таблице 1.

Г. В. Чернов отмечает, что точность прогноза на средних уровнях иерархии напрямую зависит от прогноза на уровнях выше. Согласно советскому лингвисту, именно на этих уровнях происходит

Таблица 1

Структура механизма вероятностного прогнозирования

№ п/п	Ярусы	Уровни
1.	Просодический	Слог – слово – синтагма – высказывание
2.	Синтаксический	Синтагма – высказывание
3.	Семантико-смысловой	Синтагма – высказывание – сообщение
4.	Импликативно-смысловой	Высказывание – сообщение – коммуникативная ситуация

создание внутреннего плана высказывания либо он задается извне. Кроме того, на ряде уровней в ходе синхронного восприятия на слух речи оратора и выдачи перевода постоянно и одновременно протекает «восприятие некоторых ключевых, опорных, вербальных и семантических элементов, как-то: некоторый набор фонем, слоговые сегменты, морфемы, просодические характеристики, семантические компоненты и их конфигурации, отдельные слова и элементы синтаксической структуры». Как следствие, синхронист создает план речевого сообщения, которое развивает и исправляет в процессе слушания речи на языке оригинала [7, с. 68–69].

Вероятностное прогнозирование является возможным только в том случае, если сообщение составляют взаимосвязанные и взаимозависимые речевые единицы, т. е. они повторяются. Если повторения речевых единиц не несут никакой смысловой нагрузки, они являются избыточными; повторное использование взаимосвязанных и взаимозависимых речевых элементов в сообщении принято называть избыточностью.

В процессе синхронного перевода избыточность сообщения, которое отличается связностью темы и коммуникативных намерений отправителя этого сообщения, играет особую роль. Высокая избыточность предполагает наиболее точную связь между коммуникативными намерениями и темой говорящего, что, в свою очередь, позволяет переводчику определить смысловое и лексическое развитие связного сообщения. Кроме того, при прогнозировании синхронист должен обладать высоким уровнем тематической подготовки и лингвистических и экстралингвистических знаний, которые также обеспечивают успешность синхронного перевода.

Таким образом, вероятностное прогнозирование представляет собой механизм, который, являясь компонентом различных видов психической деятельности человека, в том числе и речевой деятельности, позволяет синхронному переводчику параллельно воспринимать сообщение на ИЯ и порождать его перевод на ПЯ. Как следствие, возможность процесса синхронного перевода обусловлена применением механизма вероятностного прогнозирования. Вероятностное прогнозирование включает в себя несколько

иерархически организованных уровней: слога – слова – синтагмы – высказывания – сообщения – коммуникативной ситуации, на которых создается план высказывания и восприятие ключевых семантических и вербальных элементов. Чтобы добиться эффективности перевода и применения вероятностного прогнозирования, синхронисту необходимо иметь представление о теме сообщения и владеть соответствующими ей знаниями.

Библиографический список

1. **Жигулин Д. П.** Особенности применения механизма вероятностного прогнозирования в синхронном переводе // *Science and World*. – 2020. – Vol. II. – № 9 (85). – С. 22–26.
2. **Зимняя И. А.** Лингвopsихология речевой деятельности. – М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2001. – 432 с.
3. **Каган Е. Б., Шадрина Ю. Ю.** Вероятностное прогнозирование в курсе практики перевода // *Образование и наука*. – 2017. – Т. 19. – № 7. – С. 137–156.
4. **Морозов Д. Л.** Роль механизма вероятностного прогнозирования в процессе смыслового восприятия иноязычной речи на слух // *Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова*. – 2008. – №3. – С. 85–88.
5. **Фейгенберг И. М., Журавлева Г. Е.** Вероятностное прогнозирование в деятельности человека. – М.: Наука, 1977. – 392 с.
6. **Чернов Г. В.** Лингвистические основы синхронного перевода: Дис. ... доктора филол. наук: 10.02.19. – Москва, 1980. – 423 с.
7. **Чернов Г. В.** Основы синхронного перевода: учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1987. – 255 с.
8. **Чернов Г. В.** Теория и практика синхронного перевода. – М.: Издательство «Международные отношения», 1978. – 208 с.

Ерина Мария Алексеевна – магистр, кафедра Высшей школы лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия. E-mail: erinamary@yandex.ru.

Смольская Наталия Борисовна – доцент, кандидат филологических наук, доцент Высшей школы лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия. E-mail: smolskaya_nb@spbstu.ru.

УДК 347.78.034

*Людмила Александровна Жернакова,
Наталья Эдуардовна Аносова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

РАЗНОВИДНОСТИ ЛОКАЛИЗАЦИИ ВИДЕОИГР

Аннотация. В современном мире локализация видеоигр занимает особое место среди других видов переводческой деятельности. Переводческие компании во всем мире выделяют локализацию видеоигр, существующую на стыке программирования и аудиовизуального перевода, как неотъемлемую часть процессов разработки и бизнес-процессов, которая наряду с другими факторами влияет на успех игры среди потребителей на региональном рынке и гарантирует прибыль компании-разработчику. В статье дается характеристика подходов к классификации процесса локализации видеоигр в паре «английский» – «русский», а также показаны и проанализированы факторы выбора той или иной разновидности, с которыми может столкнуться переводчик в процессе работы над локализацией видеоигр.

Ключевые слова: компьютерная игра, видеоигра, локализация, адаптация.

Liudmila A. Zhernakova, Nataliya E. Anosova
Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University

TYPES OF VIDEO GAME LOCALIZATION

Abstract. Nowadays, video game localization holds a special place among other types of translation. Modern translation companies consider video game localization, existing in-between the areas of programming and audiovisual translation, as an integral part of game development and business processes, which can affect the success of the finished product among the consumers and capture very specific markets for the developer company to make profit of.

The article discusses the classification of the video game localization types, shows and analyzes possible factors of choosing the type which the translator has to deal with while working on the localization of a video game.

Keywords: computer game, videogame, localization, adaptation.

Несмотря на влияние процессов глобализации, интернационализации и полилингвизма, переводческая деятельность остается востребованной в современном обществе. Крупные переводческие агентства и компании предлагают услуги технического, юридического и аудиовизуального перевода. Среди них отдельно выделяют локализацию видеоигр, междисциплинарное положение которой требует от переводчика применения комплексного подхода.

Локализация видеоигр берет свое начало как в локализации программного обеспечения, так и в аудиовизуальном переводе, так как работа над локализацией не ограничивается переводом текстовых файлов, но также подразумевает их переработку для достижения культурной адаптации игрового контента и его полного соответствия юридическим нормам.

Традиционно исследователями выделяются два основных критерия, на основании которых производится классификация разновидностей локализации: по типу локализуемого материала и по периоду осуществления локализации [3, с. 32]. Рассмотрим каждый из них подробнее.

Для того, чтобы определить тип локализуемого материала, компании-разработчики видеоигр должны определить, какой именно материал подлежит локализации, т. е. на каком уровне продукт может быть локализован. В таком случае принято говорить о глубине локализации. Глубина локализации – это определенный уровень, на котором игра может быть адаптирована переводчиком-локализатором с помощью диапазона потенциальных стратегий взаимодействия с характерными для каждого уровня типами текстов. Глубина локализации может варьироваться в зависимости от установленного бюджета, специфики проекта, временных рамок и др.

Градация глубины локализации происходит по нарастающей глубины. Выделяются следующие разновидности [2, с. 244]:

Бумажная локализация распространена в случаях, когда локализацией занимается компания-издатель видеоигр. Переводчики-локализаторы работают с локализацией маркетинговых материалов, упаковки видеоигры и вкладышей, руководства пользователя, карточки с лицензионным кодом и т. д.

Поверхностная локализация отличается от бумажной лишь тем, что в таком случае предоставляются услуги по локализации логотипа издателя видеоигры, внутриигровой заставки, знаков охраны авторских прав и файла *readme* – текстового файла, который распространяется бесплатно вместе с установочным файлом видеоигры и содержит всю информацию о программе.

Экономичная локализация подразумевает локализацию всего внутриигрового текстового контента (игровые диалоги, пункты меню и т.д.). Издатели видеоигр прибегают к данному способу наиболее часто, так как он менее затратный, но все же позволяет продавать видеоигру для монолингвальной целевой аудитории.

Углубленная локализация подразумевает создание полноценного дублированного перевода, который включает в себя работу переводчика-«укладчика», специализирующегося на синхронизации переведенного сегмента с анимацией 3D-моделей персонажей на экране, звукооператоров, режиссеров и актеров озвучки.

Избыточная локализация происходит, когда демонстрация определенных графических объектов запрещена национальными требованиями или юридическими нормами отдельной страны или региона, поэтому разработчикам и локализаторам приходится вносить принципиальные изменения в графическую составляющую игры. Самым ярким примером избыточной локализации видеоигры является серия *Wolfenstein* (2019), сюжет которой обращается к темам, связанным со Второй мировой войной и нацистским оккультизмом.

Глубокая локализация подразумевает работу со сценарием игры в том случае, если проект не готов к продаже на международном рынке. Так, например, сценарий видеоигры *The Witcher 3: Wild Hunt* (2015) разрабатывался параллельно на двух языках: английском и польском. Благодаря этому локализация на русский язык не требовала глубинной переработки сценария и поиска подходящих языковых реалий, ведь оба языка являются частью славянской группы языков.

Следует отметить, что уровень локализации видеоигр отличается от игры к игре, поскольку его выбор базируется на пред-

варительных оценках рынка и прогнозировании роста продаж в различных регионах или странах компаниями-разработчиками и издателями видеоигр. Более того, на выбор уровня локализации могут влиять жанр, целевая аудитория и визуальная составляющая проекта. Так, некоторые проекты не требуют обязательного дублирования и перерисовки графических элементов, чтобы быть правильно воспринятыми игроками. В то же время, другие проекты разрабатываются с опорой на звуковое сопровождение, в таких случаях разработчики и издатели должны брать во внимание локализацию звукового контента для потребителей в другом регионе, так как качественная локализация подчеркнет уникальность их продукта и поможет укрепить его позицию на рынке.

Классификация по периоду осуществления локализации выделяет предрелизные локализации, т. е. те, работа над которыми ведется параллельно процессу разработки игры, и пострелизные, которые были реализованы после выпуска игры.

Работа по созданию предрелизной локализации игры происходит в последние месяцы разработки перед ее непосредственным выходом (или релизом, от англ. *to release* — выпустить) на рынке. Такая разновидность локализации обременена соглашениями о конфиденциальности и довольно сжатыми сроками работ. Переводчикам-локализаторам не всегда предоставляется доступ ко всему внутриигровому контенту ввиду действующих ограничений по защите интеллектуальной собственности и политике компании-разработчика или компании-издателя, поэтому работа над предрелизной локализацией выполняется строго в рамках консультаций с разработчиками видеоигры для уточнения всех неоднозначных моментов, возникающих в процессе перевода. Для облегчения работы над крупными AAA-проектами переводчикам-локализаторам предоставляется комплект для работы над локализацией (англ. *localization kit*), который включает в себя общую информацию о проекте, краткое содержание сюжета, описание персонажей, врагов, игровых элементов и т. д.

Соответственно, под пострелизной локализацией видеоигры понимается добавление готового локализованного материала

уже после выхода игры на международный рынок. При работе над пострелизной локализацией переводчики имеют доступ ко всему внутриигровому контенту, а также игровой механике, что дает возможность осуществлять перевод на основе доступных обзоров, рецензий, фанатского контента и видео-прохождений или даже собственного опыта игры.

Также следует различать официальную и неофициальную локализацию видеоигрового продукта. Несмотря на то, что сегодня на рынке перевода в России работают крупные переводческие компании, лишь несколько из них являются официальными партнерами компаний-разработчиков видеоигр и специализируются на локализации видеоигр [4]. Самыми известными компаниями-локализаторами видеоигр в русскоязычном сегменте являются «Бука», AllCorrect, «СофтКлуб» [1].

По причине того, что заниматься выпуском официальной локализации может лишь узкий круг компаний, которые не могут охватить все разнообразие видеоигр, в России появился феномен неофициальной (любительской) локализации видеоигр. Среди наиболее известных компаний, занимавшихся локализацией и переводом видеоигр в России в 2000-х годах, можно назвать «Фаргус», «Акелла», «Седьмой волк», «Логрус». В настоящее время над неофициальной локализацией видеоигр работают группы независимых переводчиков и фанатские объединения.

Самым ярким примером успешной неофициальной локализации является видеоигра *Bioshock Infinite* (2013), которая получила одновременную официальную локализацию от компании «СофтКлуб» и неофициальную от команды CGINFO. Выполненная «СофтКлуб» предрелизная локализация предоставляла игрокам только субтитры без полного дублирования, а сам перевод получил много негативных отзывов от игроков из-за большого количества смысловых ошибок. Любительская локализация от CGINFO была выпущена уже после релиза игры и отличается наличием качественного дубляжа, который не отличается от профессиональной студийной записи. Команда переработала переведенный «СофтКлуб» внутриигровой текст и исправила ошибки официального

перевода, что позволило русскоязычным игрокам насладиться замечательной игрой серии Bioshock [5].

Таким образом, рассмотрены уровни локализации видеоигр, которые базируются на прогнозировании роста продаж компаниями-разработчиками, а также классификация по периоду осуществления локализации видеоигр.

Библиографический список

1. Издатели и локализаторы игр в России. [Электронный ресурс]. URL: https://games.mail.ru/pc/articles/feat/izdateli_i_lokalizatory_igr_v_rossii_25988_ugc/ (дата доступа: 22.03.2022)

2. Мерлян С. Е. Локализация как разновидность переводческой деятельности // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, г. Томск. [С. 241-247]. [Электронный ресурс]. URL: http://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/21520/1/conference_tpu-2014-C77-V1-048.pdf (дата доступа: 22.03.2022)

3. Некрасов А. В. Локализация и перевод видеоигр в языковой паре английский-русский: магистерская диссертация / А. В. Некрасов; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Уральский гуманитарный институт, Кафедра иностранных языков и перевода. – Екатеринбург, 2019. – 87 с.

4. Специалисты по локализации игр. 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://translationrating.ru/games-localization> (дата доступа: 22.03.2022)

5. CGINFO: Русская локализация Bioshock Infinite. [Электронный ресурс]. URL: <http://cginfo.tv/релизы/локализация-bioshock-infinite.html> (дата доступа: 22.03.2022).

Жернакова Людмила Александровна – магистр, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет имени Петра Великого, Россия. E-mail: zhernakova.la@edu.spbstu.ru.

Аносова Наталия Эдуардовна – к. п. н., доцент, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет имени Петра Великого, Россия. E-mail: anosova_ne@spbstu.ru.

УДК 81'38

*Юлия Владиславовна Колодезная,
Наталья Борисовна Смольская*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ЯЗЫКОВОЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАТЕКСТАХ

Аннотация. В статье затрагивается актуальный вопрос о роли языковых средств выразительности в процессе формирования имиджа территории посредством современных медиатекстов. Рассматривается понятие «медиатекст», а также разграничиваются понятия «имиджевый текст» и «пиар-текст». Предпринимается попытка определения наиболее употребляемых языковых средств, способствующих формированию положительного имиджа территории на материале англо- и русскоязычных имиджевых медиатекстов.

Ключевые слова: медиатекст, имиджевый текст, пиар-текст, имидж территории, языковые средства выразительности.

Yulia V. Kolodeznaya, Natalia B. Smolskaya
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

THE LINGUISTIC ASPECT OF THE FORMATION OF THE IMAGE OF THE TERRITORY IN MODERN MEDIA TEXTS

Abstract. The article discusses the topical issue of the role of linguistic means of expression in the process of the territory image forming through modern media texts. The concept of “media text” is considered, and the concepts of “image text” and “PR text” are also distinguished. The author attempts to determine the most commonly used language tools that contribute to the formation of a positive image of the territory based on the material of English- and Russian-language image media texts.

Key words: media text, image text, PR text, image of the territory, linguistic means.

Современный мир трудно представить без средств массовой информации, являющихся главным инструментом в процессе не только трансляции сообщений, но и воздействия на сознание общественности. Созданные СМИ информационные сообщения – медиатексты, превалируют по своей социальной значимости над другими видами текстов, а также они количественно их превосходят.

Актуальность темы нашего исследования заключается в информационно-коммуникативном воздействии на массовое сознание, которое оказывают деятели СМИ посредством различных языковых средств выразительности в современных медиатекстах. Цель статьи определяется нами как определение наиболее употребляемых языковых средств, способствующих формированию положительного имиджа территории на материале русскоязычных и англоязычных туристических имиджевых медиатекстов.

Л. Г. Егорова определяет медиатекст как «вербальное речевое произведение, созданное с целью осуществления опосредованной коммуникации в системе средств массовой информации и характеризующееся явно выраженной прагматической направленностью, одной из целей которой является социальная регуляция» [1, с. 358]. Производится социальная регуляция посредством обмена текстами между социальными группами, где одна из них – это источник текстов, которые транслируют и представляют информацию о реальности для других. Автор приходит к выводу о том, что медиатекст – результат целенаправленной деятельности в интересах одних групп по отношению к другим.

В рамках нашего исследования целесообразным представляется рассмотрение такого вида медиатекстов как **имиджевые тексты**. Данной разновидности медиатекстов присущи категории антропоцентричности и эмотивности, что обосновывается свойственной имиджевым текстам реализации модели автор-текст-адресант. Более того в имиджевых текстах активно используется **оценочная лексика** по отношению к объекту формирования имиджа. Характерными также являются категории интертекстуальности (создание текста с учетом особенностей восприятия и понимания ре-

ципиентом написанного) и интерактивности, обеспечивающей взаимодействие адресанта и реципиента через текст.

Имиджевые тексты носят психологический характер и не могут быть деперсонализированными. Равными по значимости субъектами имиджевого текста являются адресант и реципиент, где первый создает текст, заостряя внимание на позитивных характеристиках имиджа, а второй воспринимает их при прочтении текста и сопоставляет со своей картиной мира. Коммуникативной целью имиджевых текстов является воздействие на сознание реципиента и формирование у него конкретных чувств и реакций к объекту.

А.В. Кудрина и А.В. Базанова связывают понятие имиджевого текста с понятием пиар-текста, отталкиваясь от характеристик последнего. Авторы также отмечают сходство этих понятий говоря о сфере пиара, главной задачей которой является продвижение и позиционирование объекта и формирование положительного общественного мнения о нем, разработка и дальнейшее поддержание созданного имиджа при помощи СМИ и других каналов информации.

Ссылаясь на исследование Д. М. Мажорова, авторы указывают на наиболее важное отличие между двумя этими видами текстов – информация имиджевых текстов, в отличие от пиара, не всегда способствует формированию оптимальной коммуникационной среды, нужной для успешного функционирования объекта имиджмейкеров. А.В. Кудрина и А.В. Базанова в качестве отличия выделяют объекты медиатекстов и ширину охвата сфер человеческой деятельности. Таким образом, представляется, что имиджевый текст затрагивает более общие понятия, а пиар-тексты носят более точечный характер, распространяясь на конкретных участников различных социально-общественных, политических и других процессов (личности, компании и т.д.) [2].

Авторы также указывают на еще одно различие между двумя видами текстов. Общепринятым является то, что пиар-текст – это всегда коммерческий продукт, полученный благодаря договору между автором текста и заказчиком. Это реализуется в его лингвистических и лексико-грамматических характеристиках, таким текстам свойственна завершенность и стилистическое единство,

что отличает его от журналистских текстов. Как имиджевый, так и пиар-текст направлены на формирование позитивного образа, однако первый не всегда инициирован заказчиков, из чего следует, что имиджевые тексты не всегда являются коммерческими продуктами.

В своем исследовании авторы заключают, что пиар-тексты в широком понимании – это разновидность текстов в более общем понятии имиджевых текстов.

Обращаясь к такой характеристике медиатекстов как концентрирование оценочной лексики, следует упомянуть, что согласно М. В. Терских и Е. Д. Малёнова, при написании медиатекстов, использующихся для формирования имиджа территории, СМИ зачастую используют **богатый аппарат речевых стандартов, афоризмов, клише, просторечных слов, сленга, жаргонизмов** и т.д. Однако их эффективности в процессе формирования имиджа территории напрямую зависит от автора, его умения логично и четко аргументировать написанное [3].

Принимая во внимание вышеперечисленное, в данной статье предпринимается попытка выявления основных языковых средств, выражающих оценочное значение и использующихся для формирования положительного имиджа территории. В качестве материала исследования используются оригинальные русскоязычные и англоязычные имиджевые медиатексты, представленные на туристических интернет-порталах Ханты-Мансийского автономного округа (АО) или Югры и Дании.

Среди основных языковых средств, используемых в медиатекстах на туристических англо- и русскоязычных интернет-порталах с целью формирования положительного имиджа территории, преобладающими являются:

1). Эпитеты и эмоционально-окрашенные лексические единицы.

«On **ground-breaking Nordic** architecture and design; this **eye-catching** silver icon; this **vibrant** cultural centre; the **pristine** harbour baths in the Limfjord; the **untouched** dunes, **twisted** forests and traditional seaside villages; the **creepy** Troll Forest area with **gnarled** and **crooked** tree forms».

«Взору откроются **неописуемые** красоты этой местности; Югра **заботливая**; **зрелищные** традиционные праздники; принесут вам

массу **приятных впечатлений**; наблюдая **истинную таёжную** красоту; **незабываемое** погружение в национальную культуру; прогуляться среди **могучих** хвойных деревьев».

Эпитеты являются одними из наиболее употребляемых языковых средств, придающих формируемому имиджу территории положительную оценку. Как отмечает А. П. Литвинова, основная цель языка медиатекстов – произвести впечатление и оставить яркий эмоциональный след, с чем успешно справляются рассматриваемые языковые средства [4].

2). Превосходные степени прилагательных.

«Denmark's **highest** climbing wall; of Denmark's **wildest** national park; Råbjerg Mile is one of the **largest** migrating dunes in Europe; of Denmark's **biggest** shopping centres, Rosengårdcenteret».

«Зимний период в Югре – **самый плодотворный**; **самая первая** в России плавучая часовня-маяк; один из **самых больших** в стране океанариумов; **интереснейший** регион».

Превосходные степени прилагательных способствуют усилению положительной коннотации формируемого имиджа территории, демонстрируют исключительность и сильные стороны объекта, позволяя выделяться на фоне остальных.

3). Антитеза.

«Aalborg is a fascinating mix of **old and new**; **Viking** legacy and **modern** architecture...».

«Привлекает как **опытных**, так и **начинающих** путешественников; **издревле** живут малые народы... познакомиться не только в **современных** музеях».

Благодаря антитезе создается образ контрастной территории с богатой историей и современным образом жизни, демонстрируется неоднозначность и колорит, что позволяет привлечь внимание читателя и сформировать в его сознании образ места, где каждый найдет себе занятие по душе.

4). Восклицательные и вопросительные знаки, повелительное наклонение, разговорный стиль.

«We Danes love a good harbour swimming bath!; ring the bell and the elevator will come down to get you!; how many cities can claim to have

their own mystical Viking burial grounds? Well Aalborg can!; So grab your camera and start crossing these natural wonders off your bucket list!; Møns Klint – the most beautiful StairMaster!».

«Особенно колоритно в округе зимой – ведь это настоящая сказка!; Равнодушным не останется никто!; Югра – это настоящая сибирская зима!; Югра – это колоритно!; Посещайте Югру и наслаждайтесь активным отдыхом в кругу семьи!».

Перечисленные выше языковые средства придают речи эмоциональную окрашенность, обращаются непосредственно к читателю, что позволяет ему легче воспринимать медиатекст поскольку он близок к разговорной речи. Повелительное наклонение способствует установлению положительного контакта с реципиентом и побуждению его к действиям. А такие графические средства выражения оценочного значения как восклицательные и вопросительные знаки способствуют привлечению внимания и выделению особенно важных деталей на фоне общей картины.

В заключении, представляется возможным сделать вывод, что медиатексты действительно являются эффективным инструментом формирования положительного имиджа территории. Проведенный нами анализ позволил выявить основные языковые средства, используемые в имиджевых медиатекстах. Выявленные языковые средства характерны для обоих языков, однако для русскоязычных текстов свойственно обилие перечислений, подчеркивающих многообразие особенностей территории, а также лексические единицы предметной области «история» (старожилы, ханты и манси, этностойбища, к царскому столу, коренные народы и т. д.), указывающие на богатое культурное и историческое наследие. В англоязычных имиджевых медиатекстах информация воспринимается легко благодаря разговорному стилю и даже каламбурам («your visit to Denmark the most *wonder-full* experience»), а акцент делается на исключительности, уникальности и красоте территории за счет концентрации эпитетов. Итак, на основе нашего исследования можно заключить, что имиджевый текст имеет большой потенциал в процессе формирования имиджа территории, обладает психологической природой и характеризуется обилием языковых средств.

Библиографический список

1. **Егорова Л. Г.** Медиатекст – имиджевый текст: специфика функционирования в пространстве массовых коммуникаций / – Текст : электронный // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2013. – №1. – С. 356-362. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-imidzhevyy-tekst-spetsifika-funktsionirovaniya-v-prostranstve-massovyh-kommunikatsiy> (дата обращения: 28.03.2022).

2. **Кудрина А. В., Базанова А. Е.** Имиджевый медиатекст и пиар-текст: сходства и отличия / – Текст : электронный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – №9-2. – С. 37-40. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzhevyy-mEDIATEKST-i-piAR-tekst-shodstva-i-otlIchiya> (дата обращения: 27.03.2022).

3. **Терских М. В., Малёнова Е. Д.** Имидж региона: теоретический аспект (Российский и зарубежный опыт) / – Текст : электронный // Политическая лингвистика. – 2015. – №2. – С. 199-105. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-regiona-teoreticheskiy-aspekt-rossiyskiy-i-zarubezhnyy-opyt> (дата обращения: 28.03.2022).

4. **Литвинова А. П.** Лингвистические особенности рекламных текстов: перевод и сохранение прагматического компонента/ – Текст : электронный // Актуальные вопросы современной науки. – 2008. – № 4–2. – С. 62-71. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-osobennosti-reklamnyh-tekstov-perevod-i-sohranenie-pragmaticheskogo-komponenta> (дата обращения: 28.03.2022).

5. Официальный туристический интернет-портал Дании. – Текст : электронный. – URL: <https://www.visitdenmark.com/> (дата обращения: 27.03.2022).

6. Официальный туристический интернет-портал Югры – Текст : электронный. – URL: <https://vizitugra.ru/guides/77> (дата обращения: 27.03.2022).

Колодезная Юлия Владиславовна – магистр; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург. E-mail: julyulia@mail.ru

Смольская Наталия Борисовна – доцент, кандидат филологических наук, доцент Высшей школы лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия. E-mail: smolskaya_nb@spbstu.ru

*Варвара Дмитриевна Лазарева,
Дарья Денисовна Фокина,
Александр Владиславович Дмитриев*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

**К ВОПРОСУ ОБ ЭВФЕМИЗАЦИИ И ДИСФЕМИЗАЦИИ
АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА НАЧАЛА
XXI ВЕКА НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТНЫХ СТАТЕЙ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БРИТАНСКОГО
НАЦИОНАЛЬНОГО КОРПУСА**

Аннотация. Статья рассматривает процессы эвфемизации и дисфемизации современного англоязычного политического дискурса на материале газетных изданий. Эвфемизмы и дисфемизмы являются в языке средством видоизменения исходной мысли с целью её смягчения (эвфемизм) или наоборот нарочного огрубления (дисфемизм). Для анализа этих явлений используются данные корпуса BNC (British National Corpus), поскольку описываемые явления могут рассматриваться только в контексте. Корпусный анализ позволяет судить о частотности использования конкретных языковых замен, использовании тех или иных единиц в целях эвфемизации и наиболее проблемных понятиях и явлениях в определённые периоды истории, которые подвергались эвфемизации и дисфемизации.

Ключевые слова: эвфемизм, дисфемизм, корпус, политический дискурс.

Varvara D. Lazareva, Daria D. Fokina, Alexander V. Dmitriev
Peter the Great St Petersburg Polytechnic University

**ON THE ISSUE OF EUPHEMISATION AND DYSPEMISATION
IN THE ENGLISH POLITICAL DISCOURSE OF THE EARLY 21ST
CENTURY BASED ON THE MATERIAL OF NEWSPAPER
ARTICLES WITH THE USE OF BRITISH NATIONAL CORPUS**

Abstract. The article is devoted to the problem of euphemisation and dysphemisation in the English political discourse. As a basis for the study, we used some newspaper publications. Euphemisms and dysphemisms are language

instruments of altering the initial meaning to make it softer or rougher. For the analysis, we used the linguistic corpus BNC (British National Corpus) as the linguistic phenomena in question could be revealed and studied only in context. BNC provides information about word frequency, most topical issues, and concepts which were subjected to euphemisation and dysphemisation.

Key words: euphemism, dysphemism, British national corpus, political discourse.

Эвфемизация и дисфемизация отнюдь не новые явления в сфере человеческой коммуникации. С древнейших времён люди использовали эвфемизмы для того, чтобы обойти табуированные понятия и подтвердить свое соответствие тому или иному общественному статусу. В настоящей статье мы хотим обратиться непосредственно к современному политическому дискурсу, в котором намеренное смягчение или огрубление речи является одним из самых доступных и распространённых способов влияния на аудиторию.

В современном мире эвфемизация и дисфемизация политического дискурса приобрела чрезвычайно широкое распространение. Это связано во многом как с явлением демократизации вокабуляра, которое стало своеобразным либеральным откликом на предоставленную свободу слова, так и, напротив, с попытками снизить напряжение в политической сфере. Сами дисфемизмы и эвфемизмы, как это ни удивительно, полностью взаимозаменяемы, то есть, могут быть использованы в одном контексте, в зависимости от эффекта, которого желает достичь автор. К примеру, если одной из функций эвфемизма является достижение некоторой политкорректности, то дисфемизм, напротив, призван сделать речь с одной стороны менее политкорректной, а с другой — более понятной для широких масс [1]. Именно этим обусловлена популярность, а значит и функциональность дисфемизмов в современном англоязычном политическом дискурсе, в котором политики и журналисты стремятся привлечь на свою сторону как можно больше молодёжи.

Особый интерес для исследования представляет анализ современных эвфемизмов и дисфемизмов в свете корпусной лингвистики, становящейся всё более и более популярной в последние

годы. Несмотря на то, что многие учёные рассматривают корпусную лингвистику как подобласть традиционной, не выделяя её в отдельное направление [2], материал, содержащийся в корпусах представляет собой большую ценность для учёных-лингвистов. С помощью собранных там текстов можно проследить, как и в какой сфере та или иная лексема употребляется чаще всего, определить её частотность и соотнести предложенные случаи употребления с актуальными на данный момент правилами грамматики. Всё это позволяет значительно упростить и ускорить процесс научных исследований в области лингвистики.

Проанализировав определенное количество дефиниций, мы пришли к выводу, что дисфемизм — это коннотативные слова с фамильярным, вульгарным, пренебрежительным оттенком, которые в определенной речевой ситуации используются вместо стилистически нейтральных слов и блокируют дальнейшее развитие дискурса за счет замены информативной части на фактическую часть в структуре высказывания [5].

Для определения эвфемизма нами использовалось определение Ю. Н. Караулова: «Эмоционально нейтральные слова или выражения, употребляемые взамен синонимичных им слов или выражений, представляющихся говорящему грубыми или нетактичными» [4, с. 636].

То есть, дисфемизм воздействует непосредственно на чувственную сферу человека, заставляя его реагировать мгновенно и эмоционально. Если провести параллель с эвфемизацией, то мы увидим, что эвфемистический акт напротив требует от человека времени и усилий, направленных на то, чтобы расшифровать для себя имя скрытого денотата [5].

Мы видим, что средства дисфемизации и эвфемизации весьма разнообразны и включают в себя приёмы, позволяющие завуалировать содержание высказывания без значительного его искажения. Из этого следует, что эвфемизация и дисфемизация мало влияют на смысл высказывания.

В нашем исследовании мы отобрали тридцать эвфемизмов и дисфемизмов из англоязычных газет, а затем проверили их упо-

требляемость с помощью Британского национального корпуса (British National Corpus, BNC). Из них нами были выбраны наиболее релевантные для анализа.

Некоторые из отобранных нами единиц действительно встречались в новостных текстах, предлагаемых BNC, а некоторые отсутствовали вовсе. Так, к примеру, эвфемизм «Dust settle» (As the dust settles from last week's elections, it's now clear that a 'triangle' of elements will decide the opposition's success in future votes), согласно материалам корпуса, встречается в политическом дискурсе достаточно часто, причём не только в газетных статьях, но и непосредственно в речи медийных личностей.

В то же время эвфемизм «Cruel twist of fate» (And those who have an empty seat at their kitchen table or their dining room table this year because of this virus or another cruel twist of fate or accident.) не встречается в корпусе ни разу, что говорит о том, что это выражение не имеет такого широкого распространения в сферах письменных текстов, охватываемых корпусом.

Интересно рассмотреть синонимичные обороты с точки зрения их частотности в корпусе. Если взять два дисфемизма «tyrant» и «the enemy of democracy», мы увидим, что в первом случае корпус выдаёт нам 151 контекст, в то время как во втором случае, более метафоричном, эта цифра снизится до всего лишь двух употреблений. Таким образом мы видим, что имеет значение не только сам денотат, подвергаемый дисфемизации, но важна и его форма.

Стоит заметить, что иногда результаты, предлагаемые корпусом, не всегда с точностью отражают частотность употребления той или иной словоформы. Так, например, по запросу «People of colour» BNC предлагает всего 57 контекстов, в то время как это словосочетание явно имеет намного более широкое распространение. К примеру, поисковая система Google по этому же запросу предлагает почти семь миллионов результатов, в то время как для «Dust settle» их всего 235 тысяч.

Что касается дисфемизмов, то их частотность в корпусах заметно больше, чем у эвфемизмов. К примеру дисфемизм «Culture war» (The result is becoming something of a culture war on social media.)

встречается в BNC более тысячи раз, а «Apartheid» (Opponents say the certificate, which has been required since September for access to restaurants and other indoor spaces and activities, is creating an «apartheid» system) больше двух с половиной тысяч. Говоря о последней лексеме стоит отметить, что само по себе слово «Апартеид» относится к Южно-Африканской политике расовой сегрегации, проводимой с 1948 по 1994 годы. То есть, название официальной политики стало нарицательным и используется в политическом дискурсе для обозначения неправомерных ограничений и общественного разделения.

Другой дисфемизм «death tax» (дословно «налог на смерть») встречается в корпусе всего один раз, что позволяет рассматривать такое сочетание скорее как контекстуальную дисфемизацию, когда вместо широко распространённых «inheritance tax» или «estate tax» (налог на наследство) используется слово «death» как способ подчеркнуть жизненное явление, которое стоит за финансовой операцией (Fatalities caused by hypothermia will lead to the Government's imposition of VAT on fuel being seen as a death tax, the Confederation of Health Service Employees claimed yesterday).

Существительное «bureaucrat» напротив помимо своего прямого нейтрального значения довольно часто используется в качестве дисфемизма, о чем свидетельствует внушительное количество употреблений в корпусе. Несмотря на то, что данный пример дисфемизации не является ярко негативно окрашенным, он достаточно точно иллюстрирует оценочное мнение говорящего, когда, например, вместо «government officials» используется «bureaucrats» (I can not see how they are going to pay all of us from membership dues,' an embittered party bureaucrat said at headquarters).

Подводя итог, можно сказать, что эвфемизация и дисфемизация очень важные языковые явления, особенно в наши дни, которые ярко отражают современную действительность и позволяют судить о социальных и политических процессах, протекающих в обществе. Политики и журналисты используют их настолько часто, что выявление в тексте подобных лингвистических приёмов стало необходимым для корректного анализа дискурса. В этом

учёным помогают корпусные технологии, с помощью которых возможно отслеживать изменения, происходящие в языковой системе фактически в режиме реального времени.

Библиографический список

1. Долженко Н. Г. Прозорова В. О. Эвфемизм как выразительное средство языка. [Электронный ресурс] cyberleninka.ru: информ.-справочный портал. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evfemizm-kak-vyrazitelnoe-sredstvo-yazyka> (дата обращения: 13.03.2021).

2. Майорова А. Д. Корпусная лингвистика: исторический и лингводидактический аспекты. [Электронный ресурс] // международный научно-исследовательский журнал 2017. URL: <https://research-journal.org/pedagogy/korpusnaya-lingvistika-istoricheskij-i-lingvodidakticheskij-aspekty/> (дата обращения: 13.03.2008).

3. Миронина А. Ю. Эвфемизм как явление языка и культуры (лингвистический и лингвокультурологический анализ) [Электронный ресурс] cyberleninka.ru: информ.-справочный портал. 2010. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evfemizm-kak-yavlenie-yazyka-i-kultury-lingvisticheskij-i-lingvokulturologicheskij-analiz> (дата обращения: 13.03.2021).

4. Караулов Ю. Н. Языковая личность // Русский язык: энцикл. Изд. 2-е. М.: Дрофа, 1997. С. 671–672.

5. Кваскова Е. В. Дисфемизация речи как коммуникативная тактика в дискурсе [Электронный ресурс] cyberleninka.ru: информ.-справочный портал. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/disfemizatsiya-rechi-kak-kommunikativnaya-taktika-v-diskurse> (дата обращения: 13.03.2021).

Лазарева Варвара Дмитриевна – бакалавр, Гуманитарный институт, направление «Лингвистика» Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: lazareva2.vd@edu.spbstu.ru.

Фокина Дарья Денисовна – бакалавр, Гуманитарный институт, направление «Лингвистика» Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: fokina.dd@edu.spbstu.ru.

Дмитриев Александр Владиславович – кандидат филологических наук, доцент, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: avd84@list.ru.

Елена Михайловна Пальванова
 Московский государственный
 лингвистический университет

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ СКВОЗНОЙ РИФМЫ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ПОЭЗИИ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются возможные способы передачи сквозной рифмы при переводе поэзии с русского языка на английский на материале современных и классических произведений на русском языке и их поэтических переводов. С помощью сравнительно-сопоставительного анализа исследуются фонетические и грамматические особенности английского и русского языков, влияющие на подходы к подбору рифмы (количество односложных и многосложных слов, ударение, наличие/отсутствие дифтонгов, порядок слов, наличие/отсутствие падежных окончаний и т.д.). Делается вывод о том, что в поэтических текстах, переведённых на английский язык, вместо точных рифм можно использовать неточные, в том числе ассонансные, консонансные, «лёгкие» и графические рифмы.

Ключевые слова: поэзия, поэтический перевод, адекватность перевода, рифма.

Elena M. Palvanova
 Moscow State Linguistic University

WAYS OF TRANSFERRING REPEATED RHYMES IN POETRY TRANSLATION FROM RUSSIAN INTO ENGLISH

Abstract. The article discusses ways of transferring repeated rhymes in poetry translation from Russian into English on the basis of modern and classical Russian poems and their poetic translations. Comparative analysis is used to study the phonetic and grammatical features of the English and Russian languages (the number of monosyllabic and polysyllabic words, stress, the presence / absence of diphthongs, word order, the presence / absence of case endings, etc.) that influence possible approaches to the choice of rhymes. The article concludes

that in poetry translations inexact rhymes can be used, including assonance, consonance, light rhymes and eye rhymes.

Keywords: poetry, poetry translation, adequacy of translation, rhyme.

В наше время важно сохранять культурные контакты с другими странами. Возрастает роль перевода, с помощью которого налаживается диалог культур, в том числе перевода художественной литературы. Один из ключевых вопросов теории и практики перевода – вопрос о способах достижения адекватности перевода. В данной статье рассматривается частный случай перевода поэзии на английский язык, а именно – передача стихотворений со сквозной рифмой (сонетов, монологов и др.).

Сквозная рифма (то есть рифма, которая проходит сквозь всю строфу или даже целое произведение) довольно часто встречается в отечественной поэзии. Например, она представлена в стихотворении «В огромном городе моём – ночь» М. Цветаевой, «Она молода и прекрасна была» А. Блока, «Август» К. Бальмонта и т. д. Вероятно, указанное обстоятельство обусловлено тем, что при написании стихов, благодаря таким особенностям русского языка, как сравнительно малое количество гласных звуков, наличие флексий и подвижный порядок слов, достаточно легко подобрать рифму.

В английском языке сложилась другая ситуация. Количество рифм в нём меньше, чем в русском, поэтому при подборе рифмы могут возникнуть затруднения. «Рифма чаще встречается в русском языке, где флективность способствует наличию множества открытых слогов, а потому рифма более естественна для русского, чем для английского», – утверждал Э. Озерс [1, с. 116].

При переводе с русского языка на английский остро встает проблема передачи рифм. Переводчик оказывается в трудной ситуации. С одной стороны, ему нужно как можно полнее передать смысл и коннотативные оттенки, «вложенные» в стихотворение, с другой – уложиться в строгие рамки стихотворной структуры, не нарушить размер, передать рифмы и литературные приёмы (аллитерацию, лексические повторы, синтаксический параллелизм...).

Наличие сквозной рифмы представляет собой дополнительную проблему, так как необходимость передать её на английском языке сильно ограничивает переводчика в выборе лексики. Иногда переводчики решают не передавать её вовсе, либо изменив структуру рифмовки (используя вместо сквозной рифмы, например, парную), либо не используя рифму вовсе (верлибр, белый стих).

Однако такой перевод нельзя считать адекватным. Ведь в такого рода стихах рифмовка – основополагающая часть структуры. Сквозная рифма придаёт стихотворению особую выразительность, актуализирует то или иное слово в сознании читателя, и, кроме того, именно она делает, например, монорим моноримом.

Передать сквозную рифму необходимо. Как правило, переводчики решают данную задачу с помощью использования так называемых неточных рифм, которые довольно часто используются в англоязычной поэзии. «Такого рода неполная рифмовка – переключка – для английского уха звучит так же, как традиционная полная рифма для русского читателя поэзии», – утверждает Э. Озерс [1, с. 117]. Такой же точки зрения придерживается и С. Митчелл, указывая, что неточная рифма широко используется в англоязычном стихосложении со времён Шекспира [2].

Считается, что для подбора такой рифмы переводчику необходимо полагаться на собственный слух [3]. Однако отличить на слух неточную рифму от сочетания, где вовсе не используется рифма, бывает затруднительно, особенно при переводе на иностранный язык. Для решения обозначенной проблемы далее приведём существующие виды неточных рифм, описанные в литературоведческих справочниках, которые могут использоваться при переводе с русского языка на английский.

Самый распространённый вариант – ассонансная рифма, то есть такая рифма, в которой совпадают ударные гласные звуки при несовпадении или неполном совпадении согласных [4]. Такая рифма, например, используется в переводе стихотворения М. Цветаевой «В огромном городе моём – ночь»: «In my giant city it is night. // From the sleepy home I alight // People think: Daughter and wife // And I recall just this: Night». Как видно, в рифмующихся словах

«night- alight-wife» совпадает именно гласный звук, тогда как согласные различаются.

В консонансной рифме, наоборот, согласные звуки совпадают полностью либо частично (во втором случае используются парные им согласные: т-д, б-п), а гласные не совпадают [4]. Так, например, произведение С. Золотцева «Не умирают отец и мать» в переводе Т. Рыжовой практически полностью построено на консонансных рифмах (табл. 1). Как видно из приведённого отрывка в таблице 1, все рифмующиеся слова заканчиваются на один и тот же согласный звук [d], либо парный глухой согласный [t].

Таблица 1

«Не умирают отец и мать»

Не умирают отец и мать, лишь переходят в иную стать, в иную волю, в иную долю, в нерукотворную благодать... Не умирают отец и мать.	Father and mother are never dead, they simply pass into another state, into another power, into another aura, into Elysium not made by human hand. Father and mother are never dead.
Не умирают отец и мать! Пусть можно лишь душой увидать родные лица. Пускай лишь снится усталый взор и седая прядь, не умирают отец и мать!	Father and mother are never dead! Though it is only with your heart that their faces can be seen, and only in dream you see mother's tired look, and grey plait Father and mother are never dead!

Кроме того, в английском языке часто используется так называемая «лёгкая» рифма (light rhyme), при которой рифмуются только конечные безударные слоги, как, например, в словах shallow / minnow. Данный способ рифмовки подходит для передачи женской рифмы. Как известно, женская рифма используется в русскоязычной поэзии гораздо чаще, чем в англоязычной, из-за того, что в английском языке сравнительно мало слов, состоящих из двух и более слогов, имеющих ударение на предпоследнем слоге [5]. «Лёгкую» рифму можно увидеть, в частности, в переводе А. Вагпова стихотворения А. Блока «Двойник» (табл. 2):

Таблица 2

Стихотворение А.Блока «Двойник»

Вдруг он улыбнулся нахально, И нет близ меня никого... Знаком этот образ печальный, И где-то я видел его... Быть может, себя самого Я встретил на глади зеркальной?	Then, smiling with self assertion, He vanished for ever more... Sad image...I had the impression That I had seen it before... Perchance it was me whom I saw Turn up as a mirror reflection?
--	---

В представленном четверостишии в словах «assertion-impression-reflection» ударные гласные и примыкающие к ним согласные различаются, тогда как безударные окончания полностью совпадают.

Наконец, нельзя не упомянуть графическую рифму, то есть рифму, при которой конечные слова в строке похожи по написанию, но не по звучанию [3]. Если в русскоязычной поэзии такая рифма практически не встречается, то в англоязычной поэзии она до сих пор распространена достаточно широко [4]. В качестве примера использования такого рода рифмы в переводе можно привести моноримное четверостишие и его перевод на английский, найденный на одной из поэтических интернет-площадок (табл. 3):

Таблица 3

Моноримное четверостишие

Поверь: и там, за гранью бытия, Где тянутся небесные края,	Believe me: even when we both are dead, In the next world, celestial and great,
Мы вечно будем рядом – ты и я. С тобою навсегда душа моя.	We'll stay for always close, for always near. I'll follow you forever with my heart.

Как можно заметить, четверостишие в переводе целиком построено на графических рифмах. Все слова, на которые заканчиваются строчки, пишутся похоже (во всех есть сочетание «ea»), однако произносятся по-разному.

Отметим, что допускается комбинирование всех указанных видов рифм при переводе одного и тоже стихотворения (если это не моно-

рим). Так, К. Леонтьева указывает, что при переводе сонета его первую часть можно передать с помощью консонансной рифмы, а вторую – используя ассонанс [4]. Например, в уже упомянутом нами переводе стихотворения С. Золотцева «Не умирают отец и мать», практически полностью построенном на консонансах, в третьей строчке используется ассонанс для передачи внутренней рифмы (seen-dream):

Таблица 4

Перевод стихотворения С. Золотцева «Не умирают отец и мать»

Не умирают отец и мать! Пусть можно лишь душой увидать родные лица. Пускай лишь снится усталый взор и седая прядь, Не умирают отец и мать!	Father and mother are never dead! Though it is only with your heart that their faces can be seen, And only in dream you see mother's tired look, and grey plait, Father and mother are never dead!
---	---

Возможность использования наряду с точной рифмой ассонансных, консонансных, «лёгких» и графических рифм облегчает работу переводчика, позволяет сохранить как рифмовку, так и смысл, и коннотативные оттенки и сделать перевод адекватным.

Библиографический список

1. Озерс Э. Некоторые проблемы перевода русской поэзии на английский язык. Поэтика перевода: Сборник. – М.: Радуга, 1988. – С. 116-130.
2. Mitchell S. A. Note on the Translation. Pushkin, A. Eugene Onegin. – London, Penguin Classics, 2008, P. 40-45.
3. Dale P. An Introduction To Rhyme. – London, Agenda/Bellew, 1998. – P. 132.
4. Леонтьева, К.И. К вопросу об английской рифме (на примере творчества Уистена Хью Одена) // Lingua mobilis. – 2011. – № 4(30) – С. 7-17.
5. Scherr B. Russian and English Versification: Similarities, differences, analysis // Style. – 1980. – Vol. 14, No. 4, – P. 353-378.

Пальванова Елена Михайловна – аспирант кафедры сравнительно-исторического и общего языкознания, Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия. E-mail: palvanova.elena@mail.ru. Тел. +79851192414.

Наталья Николаевна Писаренко
 Московский педагогический
 государственный университет

ОБОЗНАЧЕНИЯ КОНЦЕПТА «ПЕРЕСЕЛЕНЕЦ» И ЯЗЫКОВАЯ ТОЛЕРАНТНОСТЬ/ИНТОЛЕРАНТНОСТЬ В ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. В статье рассматриваются лексемы, связанные с человеком, который куда-то когда-то переехал, выявляется их разнородность в русском и немецком языках. Сравнивается отношение, в рамках концепта «переселенец», в русско- и немецко-язычной лингвокультурах к людям, которые осознано и самостоятельно сменили место жительства или в силу различных обстоятельств были переселены. Предпринимается попытка классификации лексических единиц, с точки зрения проявления языковой толерантности/интолерантности к данной категории людей. Анализируется степень оценочности в соответствии с коннотацией, которую они в себе несут. Исследования выполнены с помощью метода сопоставления и базируются на словарных статьях русских и немецких авторов.

Ключевые слова: язык, слово, языковая толерантность, языковая интолерантность, семантическое поле.

Natalia N. Pisarenko
 Moscow State Pedagogical University

DESIGNATIONS OF THE CONCEPT «SETTLER» AND LANGUAGE TOLERANCE/INTOLERANCE IN THE SOCIETY

Abstract. The article deals with lexemes associated with a person who once moved somewhere and reveals their heterogeneity in Russian and German. Within the framework of the concept «settlement» in the Russian and German-speaking linguocultures, we compare the attitude to people who consciously and independently changed their place of residence or were resettled due to various circumstances. We also make an attempt to classify lexical units in terms of the manifestation of linguistic tolerance / intolerance to this category of people. In addition, we analyze the degree of appraisal in accordance with the connotation

that these lexemes carry in themselves. The study is carried out using the comparison method and is based on dictionary entries by Russian and German authors.

Keywords: language, word, language tolerance/intolerance, semantic field.

Переселенец – это человек, переселяющийся, переселившийся или переселенный на новое место [4]. Эта лексема является ключевым словом-репрезентантом и дает одноимённое название концепту «переселенец». Большое количество синонимов и дериватов, которые представляют его, предназначено для выражения отношения к данной категории людей.

Слова – это дар, с их помощью мы общаемся друг с другом. Умение пользоваться ими помогает выстроить диалог, добиться результата. Цена каждого слова может быть очень высока, так как словом можно как воспеть человека, так и обидеть, или даже убить. Слова имеют необыкновенную силу, они несут в себе определенную смысловую нагрузку: они могут быть красивыми и многогранными, а также грубыми и колючими. Каждый день мы говорим и слышим слова, но не задумываемся о том, что в мире все происходит из-за слов, все хорошее – плохое отражено в словах. Осознание действительности и ее понимание происходит через язык [2, С. 99]. Язык – это очень мощная вещь. «Язык осуществляет свою власть над нами» [2, С. 100]. Язык – это слова! Их нужно внимательно слушать и внимательно говорить, т. е. уметь эффективно общаться. Умение подобрать толерантное слово во многом дает возможность избежать речевых разногласий и конфликтов. Вообще толерантность в языке, или языковая толерантность, направлена на использование говорящим лексем с объективным учетом тонкостей семантического поля, которые ни в чем не ущемляют слушающего. Языковая интолерантность – это антипод, который ведет к обидам, разногласиям, усугублению конфликтов и даже к разрыву отношений вообще. К. Лоренц в своей книге поразмыслил над вопросом: «Сможет ли человечество развиваться в случае полного отказа от агрессии в отношении себе подобных?» и пришел к парадоксальному выводу, что, увы, не сможет [3].

Данная проблематика актуальна во все времена. Ею занимались и продолжают заниматься ученые во всем мире, такие, как: Л. В. Щерба, В. А. Виноградов, С. М. Зенкевич, Г. Н. Лебедева, Е. С. Кубрякова, В. А. Маслова, К. Dahlgren, Т. А. Dijk, С. К. Welsh, U. Weinreich и др.

XXI век – это век инноваций, неограниченных возможностей, свободы слова. Каждое событие, происходящее в наши дни, порождает новые слова, которые встраиваются в повседневный словарь. Язык меняется быстрыми темпами. С такими неологизмами, как «хайпнуть», «ковикулы» и «антиваксеры», мы быстро смирились. При этом мало кто задумывается, откуда они пришли и каков их истинный смысл, их стали просто использовать. А вот то, что касается толерантности в языке, то здесь дело обстоит сложнее. Толерантная лексика, по своей сути, предназначена для более «мягкого» общения в обществе. Адресант наполняет свою речь определенным содержанием – это может оказывать как интенциональное (намеренное), так и неинтенциональное (побочное) воздействие на адресата [2, с. 127].

Цель данной работы заключается в выявлении коннотаций лексем, входящих в семантическое поле «переезд индивида на новое место», в контексте языковой толерантности/интолерантности.

Все лексические единицы, заключающие в себе значение «изменивший место жительства», учитывая степень толерантности в употреблении, можно разделить на следующие группы:

1. Слова, обозначающие возвращение человека на прежнее место жительства, например: на Родину: *Rückkehrer, Heimkehrer, Rückwanderer, Repatriant, Heimkehrwilliger, Rückkehrender*. Следует обратить внимание, что большая часть перечисленных слов имеет в своем составе элемент *rück-* со значением «назад, обратно». В русском языке: репатриант, возвращенец.

2. Лексические единицы, указывающие прямо, либо намекающие на причину изменения места жительства или места нахождения: а) люди, ставшие жертвой политических репрессий: *Exilant, Exulant, Heimatvertriebener, Ausgebürgerter, Deportierter, Ausgewiesener*;

в русском языке: политэмигрант, ссыльный, выдворенный, депортированный; б) люди, вынужденные бежать из своей страны, ввиду сложных обстоятельств, например: война, преследование, изменение климата: *Geflüchteter, Refugie, Entflohener, Zwangsumsiedler, Klimaflüchtling*; в русском языке: беженец, политбеженец, климатический беженец; в) люди, изменившие место проживания ввиду экономических причин: *Gastarbeiter, Arbeitsmigrant*; в русском языке: гастарбайтер, заработчанин, трудовой мигрант, лимитчик.

3. Лексические единицы, указывающие на происхождение человека, на его национальную или территориальную принадлежность: *Türkeistämmiger, Türkischstämmiger, Außerirdischer, Alien*; в русском языке: заезжий, нездешний, варяг, выходец, пришелец, некоренной; также в эту группу входят неформальные прозвища: чурки, хачи, лягушатники и др.

4. Лексические единицы, связанные со временем совершения переезда или указывающие на период нахождения человека на новом месте: *Spätaussiedler, Newcomer, Neuankömmling, Neubürger, Neuzuzüger, Neuangekommener*; в русском языке: новоприбывший, новоэмигрант, поздний переселенец.

5. Степень интеграции прибывшего в общество: а) полное отторжение индивида обществом. В немецком языке почти все слова данной подгруппы имеют в своем составе элемент *fremd* – чужой, чужеродный: *Fremdstämmiger, Kanake, Wildfremder, Ortsfremd, Gebietsfremd, Fremdstädtisch, Fremdling, landfremder Mensch, Fremdarbeiter*. В русском языке данная группа представлена не только лексическими единицами, в состав которых входит элемент «чужой». В нее входят также слова с морфемой «ино-» и «чуже-», например: чужестранец, чужеземец, чужеродец, чужеплеменник, чужанин, иноземец, иногородний, иноплеменник; б) презрительное отношение общества к новоприбывшему человеку: *Migrationshintergrunder, Maulwurf, Katzelmacher*; в русском языке: забугорец, закордонник, зарубежник, кочевник, переведенец, иноязычник, нелегал; в) высшая степень интеграции в общество: *Menschen mit Migrationshintergrund, Menschen mit internationaler*

Geschichte, Menschen mit Einwanderungsgeschichte; в русском языке: человек с миграционным прошлым, эмигрант, иммигрант, аллохтон, политэмигрант, новоэмигрант. Данные лексические единицы функционируют в основном в официальной речи, их можно считать толерантными. По своему эмоционально-экспрессивному воздействию они нейтральны.

6. Люди, проникшие на территорию страны путем вторжения и захвата. Существительные, составляющие данную группу, имеют ярко выраженную негативную оценку: *Eindringling, Invasor, Landräuber, Okkupant, Eroberer, Anbauer, Anpflanzer, Kolonist*; в русском языке: захватчик, осадник, колонизатор, оккупант.

7. Лексические единицы, подчеркивающие юридический статус человека, находящегося на определенной территории: *nicht ansässig, Nichtresident, Einwanderer, Migrant, Aussiedler, Immigrant, Flüchtling, Aussiedler, Zuwanderer, Ausländer, Umsiedler, Übersiedler*. В русском языке: нерезидент, мигрант, эмигрант, беженец.

Проанализировав по 50 лексем со значением «переселение, изменение места жительства» в русской и немецкой лингвокультурах и систематизировав их, можем сделать следующие выводы:

1) большинство из приведенных нами лексических единиц как в русском, так и в немецком языке не могут считаться толерантными ввиду их негативной коннотации, а также оценочности, которую они в себе несут;

2) толерантной следует считать лишь ту лексику, которая не указывает на причину изменения места жительства, а также не подчеркивает национальную, географическую или иную принадлежность индивида к определенной социальной группе. В ходе исследования было установлено, что лишь слова из 5 группы пункта (в) могут считаться наиболее толерантными, так как они отвечают всем выше описанным условиям;

3) нейтральными являются слова из следующих групп: 1, 2 (кроме пунктов б и в), 4, 5 (кроме подгрупп а и б), 7. Приведенные лексеммы можно отнести к словам, которые имеют неярко выраженную стилистическую окрашенность, т. е. уместность их употребления зависит от контекста и целевой аудитории;

4) номинации, вошедшие в группы 2 (пункты б и в), 3, 5 (подгруппы а и б), 6 следует считать агрессивными, так как они своей фонетической оболочкой и смысловой нагрузкой дают характеристику человеку, выражают отрицательную оценку, намекают на дистанцию в общении. При их употреблении проявляется речевая агрессия. Большинство из них экспрессивны и интолерантны. Их можно отнести к дисфемизмам и некоторые к какофемизмам. В общении они создают социальную асимметрию.

Библиографический список

1. **Блакар Р. М.** Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. — М., 1987. — 464 с.
2. **Карасик В. И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград: Перемена, 2002. — 477 с.
3. **Лоренц К.** Агрессия (так называемое «зло»): Перев. с нем. — М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. — 272 с.
4. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д. Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.» ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940. (4 т.)
5. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений. Под редакцией Н. Абрамова. М: Русские словари, 2002 [Электронный ресурс] URL: <http://www.gramota.ru/> (дата обращения 11.02 2022)
6. Duden online. [Электронный ресурс] URL: www.duden.de (дата обращения: 11.01.2022).

Писаренко Наталья Николаевна — магистр, кафедра грамматики английского языка Института иностранных языков Московского педагогического государственного университета, Москва, Россия. E-mail: nataliapisarenko@bk.ru.

*Ольга Алексеевна Степанова,
Александр Анатольевич Федюковский*

Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ХРОНОНИМИЯ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ (ДНИ НЕДЕЛИ, ВРЕМЯ СУТОК, МЕСЯЦЫ, ПРАЗДНИКИ)

Аннотация. Хрононимия является востребованным и активно развивающимся направлением научного поиска. Время имеет большое значение в жизни человека, однако до сих пор не существует четкого и точного определения данного понятия, так как каждый человек понимает его по-своему. В данной статье приводятся определения ономастики, хрононимии, хрононимов и лингвокультурологии. Кратко рассматриваются различные разделы ономастики с примерами. В работе даются такие примеры хрононимов на русском языке и их перевод на английский язык, как месяцы, дни недели, время суток, праздники. Проводится сравнение данных названий в русском и английском языках. Анализируется происхождение этих хрононимов в русском и английском языках.

Ключевые слова: ономастика, хрононимия, хрононимы, лингвокультурология.

Olga A. Stepanova, Alexander A. Fedyukovsky
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

CHRONONYMY IN RUSSIAN AND ENGLISH (DAYS OF THE WEEK, TIME OF THE DAY, MONTHS, HOLIDAYS)

Abstract. Chrononymy is an actively developing area of scientific research. Time is of great importance in human life, but there is no clear definition, since each person understands it in his own way. This paper provides definitions of onomastics, chrononymy, chrononyms and cultural linguistics. Various sections of onomastics are briefly considered. There are examples of chrononyms in Russian and their translation into English: names of months, week days, time of

day, holidays. A comparison of these time indicators in Russian and English is carried out. The paper provides an explanation of the origin of these chrononyms in Russian and English.

Keywords: onomastics, chrononymy, chrononyms, cultural linguistics.

Вопросы, связанные со временем, издавна являются актуальными для человека, так как время – один из главных компонентов человеческой жизни. Люди отмечают праздники, которые вошли в календарь. Также для людей важны дни недели, время в сутках, месяцы. Все эти понятия появлялись постепенно и закреплялись в истории человечества. Хрононимы широко используются как в разговорной речи, так и в фильмах, художественной литературе, стихотворениях, СМИ.

В Большой российской энциклопедии написано, что ономастика является разделом языкознания, который служит для изучения имен собственных (онимов) [1]. Н.В. Подольская определяет понятие «ономастика» как раздел языкознания, который изучает все имена собственные [2, с. 101]. Существуют различные виды имен собственных, например: акроним (ЕГЭ, ОГЭ), антропоним (Михаил, Анна), астроним (Марс, Полярная Звезда), геоним (Атлантический океан), зооним (Мухтар, Мурка, Кеша), космоним (Млечный Путь, Большая Медведица), лимноним (озеро Байкал), ойконим (Тверь, Астрахань, Санкт-Петербург), пелагоним (Красное море, Средиземное море), теоним (Перун, Стрибог, Зевс), топоним (Ленинградская область), фитоним (ромашка, роза), хрононим (Рождество, Пасха, Вторая мировая война), экзоним (мордва, чеченцы), этноним (славяне, осетины, венгры, вепсы) и другие.

В данной статье следует остановиться на определении хрононимии. Хрононимия – это наука, изучающая хрононимы. Хрононимы являются отрезками времени, которые важны для человека, так как они передают какое-либо событие. Также дни недели, месяцы, время в сутках тоже являются хрононимами.

Если рассматривать дни недели, то в русском языке они связаны с их порядковыми номерами и некоторыми религиозными обы-

чаями [3]. Так, понедельник означает, что он идет после «недели» (воскресенья), так как в русской культуре отсчет дней недели шел с воскресенья, которое имело значение «неделя», вторник является вторым днем после воскресенья [3]. В английском языке дни недели произошли от названий планет и имен богов [4]. Например, Friday (пятница) происходит от скандинавской богини плодородия и любви Фрейи (Фригги), а Monday (понедельник) произошел от Луны (Moon) [3]. Названия выходных дней в английском языке появились от названий планет и звезд: Sunday (воскресенье) – от Солнца (Sun).

Время суток тоже является важной частью хрононимов. В русском языке существует понятие «сутки» или «24 часа», в то время как в английском языке слово «сутки» отсутствует и передается при помощи слов «day» или «twenty-four hours». В обоих языках есть слова «день» (day) и «ночь» (night). В таких названиях суток, как «утром», «днем», «вечером», в английском языке добавляются предлоги с артиклем the: «in the morning», «in the afternoon», «in the evening». Слова «ночью», «полночь», «полдень» переводятся как «at night», «midnight», «noon» («midday»). В разговорной речи часто могут использоваться данные слова, когда люди рассказывают о том, что происходило в течение дня. Например, «Утром мы проснулись и пошли завтракать» – «We woke up in the morning and went to have breakfast». У В.А. Жуковского есть стихотворение «Вечер». В СМИ также можно часто встретить данные хрононимы, когда описываются происшествия: «Ночью было совершено ограбление банка».

Современные названия месяцев в английском языке появились во времена Древнего Рима [5, с. 107–108]. Они происходят от имен богов, римских императоров и чисел из латинского языка. До этого времени они имели другие названия, которые были связаны с сельским хозяйством, земледелием, жертвоприношениями [6]. В русском языке названия месяцев возникли от имен богов, римских императоров и чисел из латинского языка. Примерами могут служить следующие слова: январь (January) происходит от бога Януса, июль (July) получил свое название в честь Юлия Цезаря,

сентябрь (September) произошел от латинского числа «sept», что означает «семь» [4].

Далее следует рассмотреть хрононимы-праздники. Праздники важны и необходимы для людей. Каждый народ имеет традиции празднования определенного события. Праздники имеют неодинаковые названия в языках мира. Есть праздничные дни, которые отмечаются в разное время в странах мира. Это связано с переходом от Юлианского календаря к Григорианскому календарю. Разница между праздниками стала составлять 13 дней. Так, в Европе Рождество (Christmas) отмечают 25-го декабря, а в России – 7-го января. Даты празднования Пасхи (Easter) тоже расходятся: в Европе Пасха отмечается раньше, чем в России, разница составляет 13 дней. В европейских странах большое внимание уделяется Первой мировой войне (The First world war), так как они потеряли большое количество людей в ходе этой войны. Можно встретить памятники, посвященные этому событию. Великая Отечественная война (The Great Patriotic War), в ходе которой погибло много людей, является таким примером. В России День Победы (Victory Day) отмечается 9-го мая, в то время как в Европе этот день празднуют 8-го мая. И в европейских странах, и в России Новый Год (New Year) отмечается в ночь с 31-го декабря на 1-ое января. Однако в Европе большее значение имеет Рождество (Christmas): оно идет раньше Нового Года. В это время начинаются рождественские каникулы, в ходе которых семьи могут проводить время вместе. В обеих культурах существуют различные церковные праздники: Благовещение (the Annunciation), Преображение (Transfiguration), Троица (Pentecost or Sunday of the Trinity), Вознесение (Ascension), Успение Девы Марии (Dormition of the Virgin Mary) и другие. Люди поздравляют друг друга с праздниками, поэтому в разговорной речи и фильмах данные слова встречаются часто. Например, «Счастливого Нового Года» – «Happy New Year». Также по телевизору можно часто услышать о праздниках: «Сегодня многие страны отмечают Пасху» – «Many countries celebrate Easter today». В литературе также встречаются данные хрононимы. Так, у Чарльза Диккенса есть произведение «Рождественская песнь» – «A Christmas Carol».

Далее необходимо рассмотреть определение лингвокультурологии, так как данная наука изучает взаимодействие языка и личности. В.А. Маслова считает, что лингвокультурология появилась на стыке двух наук (лингвистики и культурологии) и исследует культуру этноса, которая отражена в языке [7]. В рамках лингвокультурологии анализируются явления культуры, которые отразились и сохранились в языке того или иного народа. Такого мнения придерживается большинство ученых, изучающих данный вопрос. Вместе с тем В. В. Красных говорит о том, что лингвокультура — это объект лингвокультурологии, а грамматика и словарь лингвокультуры — это ее предмет [7].

Таким образом, интерес к хрононимии не исчезает, так как люди продолжают отмечать праздники, хранить традиции, в календаре сохраняются названия дней недели и месяцев. На английские названия дней недели, месяцев оказывали влияние римское, скандинавское и нормандское завоевания. Большую роль сыграли имена богов, римских императоров и числа из латинского языка. В русском языке эти элементы тоже отразились в наименовании месяцев. Также в языках существуют некоторые различия, связанные со временем суток. Наряду с указанным, были приведены названия праздников на двух языках. В ходе изучения примеров выяснилось, что между некоторыми праздниками существует промежуток, который составляет 13 дней, связанный с переходом от Юлианского календаря к Григорианскому. Также в культурах стран Европы и России в разные дни отмечают День Победы. Есть события, которые оказали неодинаковое влияние на эти страны. Некоторые праздники больше отмечаются в Европе, чем в России, и наоборот. В статье были приведены определения лингвокультурологии, ономастики, хрононимии и хрононима. Лингвокультурология помогает выяснить, какие культурные события и особенности закрепились в языке. Ономастика служит для изучения имен собственных. Хрононимы передают события, даты, дни недели, месяцы, которые устоялись в языке и культуре народов. Они встречаются в различных источниках: в разговорной речи, СМИ, фильмах, художественных произведениях, стихотворениях.

Библиографический список

1. Большая российская энциклопедия. URL: <https://bigenc.ru/linguistics/text/2689763> (дата обращения 03.03.2022).
 2. **Сызранова Г. Ю.** Ономастика : учеб. пособие / Г.Ю. Сызранова. — Тольятти : Изд-во ТГУ, 2013 — 248 с. : обл.
 3. **Волова Е. С.** Концепт «время» в русской и английской языковых картинах мира. URL: <https://nsportal.ru/ap/library/drugoe/2016/05/21/kontsept-vremya-v-angliyskoy-i-russkoy-yazykovyh-kartinah-mira> (дата обращения 04.03.2022).
 4. Ienglish.ru Online School. Происхождение названий месяцев в английском языке. URL: <https://ienglish.ru/blog/interesno-ob-angliiskom/inetersnie-fakti-ob-angliiskom/proiskhozhdenie-nazvaniy-metsiatsev-v-angliiskom> (дата обращения 04.03.2022).
 5. **Федюковский, А. А.** Лексикология / А. А. Федюковский. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2018. — 152 с.
 6. **Шалацкая К. В.** Основная терминология исследования имен собственных. Гуманитарные исследования. — 2016. — № 4 (13). — С. 100–102. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnaya-terminologiya-issledovaniya-imen-sobstvennyh/viewer> (дата обращения 03.03.2022).
 7. **Фаткуллина Ф. Г.** Лингвокультурология и лингвокультура: соотношение понятий. Казанский лингвистический журнал. — 2020. — № 1 (3). — С. 102–112. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologiya-i-lingvokultura-sootnoshenie-ponyatij/viewer> (дата обращения 03.03.2022).
- Степанова Ольга Алексеевна** — магистр, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: olga-s7990@yandex.ru, 89119456561.
- Федюковский Александр Анатольевич** — доцент, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: fedyukovsky@mail.ru, 89217558778.

Арте́м Дени́сович Че́редников
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме общественно-политического перевода, а также влиянию неправильной интерпретации на мировую политику. В статье разбираются основные особенности политического перевода с точки зрения межкультурной коммуникации. Рассматриваются наиболее часто используемые лексические приемы перевода, рассматриваются понятия «эвфемизмы», «дисфемизмы». Выделяются основные качества, которыми должен обладать профессиональный политический переводчик, даются рекомендации касательно переводческой работы.

Ключевые слова: перевод, политика, эвфемизмы, дисфемизмы.

Artem D. Cherednikov
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

FEATURES OF SOCIO-POLITICAL TRANSLATION

Abstract. This article dwells upon the problem of socio-political translation, as well as the influence of misinterpretation on world politics. The article analyzes the main features of political interpretation from the point of view of intercultural communication. The most frequently used lexical transformation methods are considered, the definitions of euphemisms and dysphemisms are given. The main qualities that a professional political interpreter should have are highlighted; recommendations on the work of an interpreter are also given.

Keywords: translation, politics, euphemism, dysphemism.

В течение всей мировой истории сфера международных отношений являлась для переводчиков минным полем. Даже одно неправильно интерпретированное слово может внести дисбаланс в отно-

шения между странами и даже стать причиной военного конфликта. Этим обуславливается актуальность данной статьи. История знает немало случаев, когда ошибки переводчиков являлись причинами возникновения разной степени конфликтов между взаимодействующими сторонами. Целью статьи является доказательство необходимости подготовки политических переводчиков на самом высоком уровне, потому что зачастую переводчики в сфере международных отношений, особенно устные, в буквальном смысле рискуют собственной жизнью. Например, в 2011 году американский журнал «*The Armed Forces Journal*» опубликовал статью, повествующую о том, что работа у переводчиков в Ираке значительно опаснее, чем у солдат [1, с. 126]. Аргументировалось это тем, что ни одна из взаимодействующих сторон не могла полностью им доверять.

Для достижения поставленной цели были обозначены следующие **задачи**:

- обозначить влияние ошибок перевода на мировую политику;
- перечислить необходимые качества, которыми должен обладать профессиональный политический переводчик;
- рассмотреть основные особенности политического перевода.

Одним из самых известных случаев не только переводческой ошибки, но и журналистской некомпетентности является история бомбардировки японского города Хиросима. На завершающем этапе Второй Мировой войны, 26 июля 1945 года, представители США, Великобритании и Китая подписали Постдамскую декларацию, в которой было указано требование о безоговорочной капитуляции Японии. Любой отрицательный ответ подразумевал «быстрое и полное уничтожение» [2, с. 79]. В ответ на выдвинутый ультиматум премьер-министр Японии Кантаро Судзуки заявил: «Без комментариев. Нам нужно подумать». Судзуки использовал слово «*tokusatsu*», которое также может быть переведено как «игнорировать». Американцы восприняли данный ответ как отрицательный и сделали вывод, что мира достичь не получится.

Несмотря на то, что от подобного рода ошибок никто не застрахован, существует ряд критериев, которым должен соответствовать профессиональный политический переводчик. Вне зависимости

от сферы деятельности, любой квалифицированный переводчик должен обладать определенным набором качеств, среди которых: превосходное владение родным и иностранными языками, постоянная осведомленность о предмете перевода, адаптируемость, стрессоустойчивость, многозадачность, отличная память, гибкость ума, самодисциплина и т. д. При этом, помимо перечисленных качеств, политический переводчик должен быть в определенной степени еще и качественным дипломатом. Как отмечает заведующий отделом устных переводов Департамента лингвистического обеспечения Валерий Зайцев, переводчику очень важно не заниматься самостоятельным истолкованием мыслей политика. «Ни в коем случае нельзя брать на себя ответственность толкования чужих мыслей на свой лад. Лучше переспросить, хотя этим тоже нельзя злоупотреблять. Если у тебя есть трудности с пониманием построения речи или логики того политика, с которым тебе предстоит работать, надо заранее читать и слушать его выступления, то есть опять-таки необходимо тщательно готовиться к любым разговорам» [3, с. 150–151].

Переводчик не должен «тянуть одеяло на себя», но в случае необходимости обязан проявить тактичность и деликатность. Помимо особенностей менталитета аудитории, для которой он переводит, переводчик должен учитывать [4, с. 84]: Особенности жизни, культуры и социальной среды, политические и экономические отношения между странами, их государственный строй и т. д.

Главная задача любого политического перевода заключается в том, чтобы между взаимодействующими сторонами не оставалось недопонимания. Переводчик всегда должен помнить, что любой язык является отражением культуры, неких национальных особенностей того или иного народа. Поэтому некоторые вещи, которые русскому человеку покажутся очевидными, западная аудитория поймет далеко не всегда. К ним можно отнести традиции (например, «посидеть на дорожку»), крылатые выражения («*А судьи кто?*»), пословицы и поговорки («*Под лежачий камень вода не течет*») и т. д. Следовательно, во избежание неловких ситуаций, фразеологизмы следует переводить с особой осторожностью [5].

Общественно-политический перевод отличается от остальных тем, что язык международных отношений используется для достижения специальных целей. В нем используются иные средства коммуникативного воздействия на аудиторию, так как задействуется официальный язык государства. Переводчик обязан быть компетентным в вопросах истории и внешней политики стран, а также должен быть беспристрастен, объективен и политкорректен к оратору или переводимому тексту.

Как в письменном, так и в устном переводе на общественно-политическую тематику преобладают следующие лексические приемы перевода [6]:

– транскрипция. Это воспроизведение *звучания* иностранного слова на языке перевода (*Brooklyn* – Бруклин);

– транслитерация. Прием подразумевает передачу слова с одного языка на другой путем воспроизведения его буквенного состава (*London* – Лондон).

– калькирование. Это метод переводческой трансформации, заключающийся в заимствовании иностранных слов и выражений с помощью их замены на соответствующие языковые единицы языка перевода (*The Statue of Liberty* – *Статуя Свободы*).

– описательный перевод. Переводчику зачастую приходится применять данный вид перевода ввиду культурных и языковых особенностей стран взаимодействующих сторон. Он подразумевает развернутое объяснение слова или фразы (*sidebar* – беседа между адвокатами и судьей).

Особое внимание также следует уделить переводу эвфемизмов и дисфемизмов. Эвфемизм – это «более деликатное обозначение явления или предмета, нежелательного для упоминания по морально-этическим причинам» [7]. Политические эвфемизмы представляют собой «преуменьшение значения слов с целью ввести в заблуждение общественное мнение и выразить неприятное более тонко» [8].

Елена Касимовна Павлова, российский филолог и переводчик, разделяет эвфемизмы на две группы [9]:

1). Смягчающие эвфемизмы. Они используются для смягчения смысла высказывания с целью избежать возможное возник-

новение конфликта или ослабить негативное информационное воздействие на реципиента. При этом смысл высказывания они не искажают (например, «инвалид» – «человек с ограниченными возможностями», «умер» – «скончался»);

2). Искажающие эвфемизмы. Исходя из своего названия, они, в отличие от смягчающих эвфемизмов, оказывают дезинформирующее воздействие на реципиента. Они используются с целью сформировать определенное мнение людей или вызвать нужную оценку события (например, «военный полигон» – «объект», «взрыв» – «хлопок»).

Дисфемизмы – это «слова и выражения, употребляемые вместо нейтральных или положительно окрашенных слов и выражений с целью создания образа врага, опорочивания и высмеивания политических противников» [9]. По мнению Е.К. Павловой, дисфемизмы переводятся труднее всего, поскольку их семантические особенности понятны лишь носителям языка.

В заключении представляется возможным сделать вывод, что ответственность, которую несет профессиональный переводчик в сфере международных отношений, значительно выше, чем во многих других областях перевода, а любая ошибка при интерпретации мыслей оратора может оказаться критической. Политический переводчик должен уделять особое внимание переводу имен собственных, фразеологизмов, эвфемизмов и дисфемизмов, а также обладать определенным набором профессиональных качеств, среди которых превосходное владение языками, стрессоустойчивость, чувство меры, знание контекста, а также наличие экстралингвистических и фоновых знаний.

Библиографический список

1. Американская ежедневная газета The New York Times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/2018/07/28/opinion/sunday/why-mistranslation-matters.html> (дата обращения: 25.01.2022).
2. Хронос. Всемирная история в интернете. Заявление глав правительств Соединенных Штатов, Соединенного Королевства и Китая (Потсдамская декларация) [Электронный ресурс]. URL: http://www.hrono.ru/dokum/194_dok/1945potdam.php (дата обращения: 26.01.2022).

3. Журнал переводов LiveJournal [Электронный ресурс]. URL: <https://perevodov.livejournal.com/63143.html> (дата обращения: 26.01.2022).

4. Швейцер А. Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты – М.: Наука. 1998. – 215 с.

5. Казакова Т. А. Практические основы перевода. Учебное пособие. – СПб.: Лениздат; Издательство «Союз». 2002. – 320 с.

6. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. Курс лекций. – М., ЭТС. – 1999. – 192 с.

7. Федюковский А. А. Лексикология / А. А. Федюковский. – СПб.: СПбГУиЭ, 2018. – 152 с.

8. Павлова И. П., Иванова М. В. Конференция филологического факультета СВФУ им. М.К. Аммосова [Электронный ресурс]. URL: https://philology.s-vfu.ru/?page_id=2141 (дата обращения: 26.01.2022).

9. Павлова Е. К. Лексические проблемы глобального политического дискурса / Е. К. Павлова // Вестник Московского ун-та. Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – № 2 – С. 98–112.

Чередников Артем Денисович – магистр, Гуманитарный институт, программа «Перевод и межкультурная коммуникация», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: cherednikov.ad20@gmail.com.

УДК 81.2

Юй Липин

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

ГЛАГОЛЬНЫЕ ЛЕКСЕМЫ СО ЗНАЧЕНИЕМ ЖЕЛАТЕЛЬНОСТИ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЕМАНТИЧЕСКИХ ПРИЗНАКОВ

Аннотация. Статья посвящена сравнительному анализу семантики глаголов желания в русском и китайском языках. Исследование включает в себя три этапа: 1) выделение ряда глаголов, имеющих семантику желательности; 2) выявление семантических признаков, релевантных для описания оптимативной ситуации, и определение указанных признаков у

каждого глагола ряда; 3) сравнение семантических признаков у отобранных глагольных лексем в русском и китайском языках. В результате исследования определена группа глаголов с аналогичной семантикой в обоих языках, а также группы глаголов, демонстрирующих различия в наборе и содержании семантических признаков.

Ключевые слова: категория оптативности, желательность, оптативные предикаты, семантический признак.

Yu Liping

Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

OPTATIVE VERBS IN RUSSIAN AND CHINESE: COMPARATIVE SEMANTIC ANALYSIS

Abstract. The article presents the results of a comparative analysis of the semantic features of optative verbs in Russian and Chinese. The study includes three stages: 1) identifying synonymic groups of optative verbs in both languages; 2) identifying semantic features relevant for describing the optative situation and determining these features for each verb in both languages; 3) comparing the semantic feature sets of the verbal lexemes. As a result of the study, a group of verbs with similar semantics was identified in both languages, as well as groups of verbs demonstrating differences in the set and content of semantic features.

Keywords: optativity, optative predicates, semantic features, desirability.

Желания представляют собой неотъемлемую часть внутренней жизни человека, его системы целеустановок и поведения. В связи с этим желание является постоянным объектом изучения целого ряда наук о человеке, в частности философии, логики, психологии, культурологии и т.п. Так как желания как компонент психики человека обозначают явление, недоступное непосредственному наблюдению и анализу, то особую роль приобретает лингвистический ракурс исследования этого феномена, который позволяет изучить желание, основываясь на языковых способах его выражения и отражения в языке.

В лингвистике разнообразные языковые средства, которые используются говорящим для выражения общей семантики же-

лательности, объединяются в единую категорию оптативности [1, с. 18; 2, с. 19]. Категория оптативности представляет собой систему разноуровневых языковых средств репрезентации семантики желательности, которая объединена по ядерно-периферийному принципу.

Указанная категория, будучи универсалией для всех языков мира, одновременно является важным компонентом национальной языковой картины мира. Следовательно, языковые средства оптативности обладают определенной долей лингвоспецифичности.

В данной работе объектом изучения и сравнения являются глагольные лексемы русского и китайского языков, имеющие семантику желательности. Такие лексемы, как правило, входят в состав предикатов желания в высказываниях с семантикой оптативности.

На первом этапе исследования выделили ряды глаголов, имеющих семантику желательности, используя толковые и синонимические словари [3; 4; 5]. Всего было выделено 30 русских и 47 китайских глаголов. Примеры глаголов представлены в Таблицах 1 и 2.

На втором этапе работы проводилось выявление семантических признаков, релевантных для описания оптативной ситуации и определение указанных признаков у каждого глагола. В литературе приводится несколько рядов таких семантических признаков [1, с. 6; 5]. Сравнив приведенные в данных работах перечни семантических признаков, а также проведя анализ словарных толкований для глаголов синонимического ряда, определили 6 ключевых признаков, которые совпадают в предложенных списках и указание на которые присутствует в большинстве словарных дефиниций глаголов. К ним относятся:

1. Достижимость (осуществимость/неосуществимость) желания.
2. Эмоциональное состояние субъекта, то есть эмоция, сопутствующая желанию.
3. Оценочность оптативной ситуации со стороны говорящего как положительной/отрицательной, одобряемой/неодобряемой.

4. Связь желания с намерением, готовность приложить усилия для осуществления желания.

5. Интенсивность желания.

6. Интервал между отрезком времени, когда субъект испытывает желание, и моментом его возможного осуществления.

Примеры анализа семантики глаголов желания (фрагмент) приведены в табл. 1 для русского языка и табл. 2 для китайского языка.

Таблица 1

Семантические признаки у глаголов желания в русском языке

Глагольная лексема	Достижимость: достижимое (+) / труднодостижимое или недостижимое (-)	Эмоциональное состояние субъекта: наличие (+) / отсутствие (-) сильной эмоции	Оценка желания говорящим: положительная или нейтральная (+) / отрицательная (-)	Интенсивность: интенсивное (+) / неинтенсивное (-)	Временной интервал: длительный (+) / краткий (-)	Связь желания с намерением, готовность приложить усилия: есть (+) / нет (-)
надеяться	-	-	+	-	+	-
(по)пытаться	+	-	+	-	-/+	-
стараться	+	-	+	+	+	+
позариться	-	+	-	-	+	-
жаждать	-	+	+	+	-	-
приспичить	+	+	-	+	-	+
мечтать	-	-	+	-	+	-
(по)желать	+	+	+	+	-	-
хотеть	+	+	+	-	+	-
подумывать	-	+	+	-	+	-
вздыхать о чем-л.	-	+	+	-	+	-
польститься	+	+	-	-	+	+

Таблица 2

Семантические признаки у глаголов желания в китайском языке

Глагольная лексема	Достижимость: достижимое (+) / труднодостижимое или недостижимое (-)	Эмоциональное состояние субъекта: наличие (+) / отсутствие (-) сильной эмоции	Оценка желания говорящим: положительная или нейтральная (+) / отрицательная (-)	Интенсивность: интенсивное (+) / неинтенсивное (-)	Временной интервал: длительный (+) / краткий (-)	Связь желания с намерением, готовность приложить усилия: есть (+) / нет (-)
想(xiǎng)	-	-	+	-	+	-
要(yào)	+	-	+	-	-/+	-
幻想(huàn xiǎng)	+	-	+	+	+	+
宁愿(nìng yuàn)	-	+	-	-	+	-
希望(xī wàng)	-	+	+	+	-	-
渴望(kě wàng)	+	+	-	+	-	+
追求(zhuī qiú)	-	-	+	-	+	-
贪图(tān tú)	+	+	+	+	-	-
企图(qǐ tú)	+	+	+	-	+	-
尝试(cháng shì)	-	+	+	-	+	-
向往(xiàng wǎng)	-	+	+	-	+	-
挣扎(zhēng zhá)	+	+	-	-	+	+

Библиографический список

На третьем этапе проводили сравнение понятийного содержания отобранных глагольных лексем, опираясь на обозначенные семантические признаки. Были выделены три группы глагольных пар:

1. Пары, эквивалентные по семантическим признакам и часто наиболее подходящие друг другу в процессе перевода. Такие глаголы с лингвокультурной точки зрения являются универсальными репрезентантами концепта ЖЕЛАНИЕ и легко понимаются представителями других культур. К таким парам отнесли мечтать – 梦想(mèng xiǎng)、幻想(huàn xiǎng), умыслить/умышлять – 图谋(tú móu), вознамериваться/вознамериться — 企图, вожелеть, жаждать – 渴望(kě wàng), стремиться(стремиться) — 追求(zhuī qiú)、亟盼(jí pàn), зариться на что-л., позариться – 垂涎(chuí xián).

2. Пары, сходные по набору семантических признаков, но отличающиеся по одному-двум параметрам, например, объему значения. К таким парам отнесли мечтать – 向往(xiàng wǎng), (по)пытаться — 试图(shì tú)、尝试(cháng shì), (по)думать, подумывать, мыслить/замыслить—想(xiǎng)、打算, затеять, вздумать(ся), задумать—想要(xiǎng yào), приспичить – 要(yào), хотеть(ся) – 想(xiǎng)、要(yào), алкать – 渴望(kě wàng), желать/пожелать — 愿(yuàn), намереваться/намериться, собираться/собраться, предполагать – 打算, стараться—希求(xī qiú)、挣扎(zhēng zhá), польститься, стремиться(стремиться) – 贪图(tān tú), рваться/порываться – 渴望(kě wàng)、想(xiǎng), надеяться – 盼望(pàn wàng)、希望(xī wàng)、期待(qī dài), предпочесть – 宁愿(nìng yuàn).

3. Пары, не имеющие аналогов в другом языке. Такие глаголы обладают высокой степенью лингвоспецифичности: «вздохнуть» в русском языке и «拼命»、«挣扎»、«准备» в китайском языке. При переводе или в процессе семантизации новой лексики для таких лексем необходимо давать описательные варианты с учетом специфики значения.

Представленный сравнительный анализ семантических признаков глаголов желания в русском и китайском языках служит теоретической основой для обучения русскому языку как иностранному и переводу.

1. Алтабаева Е. В. Категория оптативности в современном русском языке / Е. В. Алтабаева // Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук / Моск. гос. обл. ун-т. Москва, 2003. – с. 6–18.

2. Колосова М. В. Лексические средства выражения желательности в английском и русском языках (сопоставительный анализ) / М. В. Колосова // Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Воен. ун-т Министерства обороны РФ. Москва, 2013. – с. 19.

3. Современный китайский толковый словарь / Под ред. Чжунсян Линь. – Пекин: Преподавание и исследования иностранных языков, 2010. – 860 с.

4. Большой академический словарь русского языка в 25 томах / Под ред. Балахоновой Л.И. и Горбачевича К.С. – Санкт-Петербург: Наука, 2004.

5. Апресян, В. Ю. Апресян, Ю. Д., Бабаева, Е. Э. и др. Новый объяснительный словарь синонимов русского языка / Под общим рук. акад. Ю. Д. Апресяна. – Москва, Вена: Языки славянской культуры, 2004. – 1488 с. – (Studia philologica).

Юй Липин – магистрант, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: yuj2.1@edu.spbstu.ru.

**СЕКЦИЯ
«ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ
И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОГО
ЯЗЫКОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ»**

Elina T. Aydogdyeva, Maria A. Odinkaya
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

**DIDACTIC POSSIBILITIES OF THE WORDWALL
EDUCATIONAL RESOURCE FOR ORGANIZING
THE WORK OF FOREIGN STUDENTS IN THE PROCESS
OF STUDYING RFL AT THE UNIVERSITY**

УДК 378

*Элина Тимуровна Айдогдыева,
Мария Александровна Одинокая*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

**ДИДАКТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО РЕСУРСА WORDWALL
ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ
В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ РКИ В ВУЗЕ**

Аннотация. Данная статья рассматривает возможность использования образовательного ресурса Wordwall при организации современного образовательного процесса по изучению русского языка как иностранного в ВУЗе. Стремительное развитие информатизации и цифровизации современного образования, а также желание сократить временные и физические ресурсы приводят к необходимости использования дополнительных образовательных ресурсов. Проведя исследование, удалось убедиться в том, что использование дополнительного образовательного ресурса Wordwall предоставляет широкие возможности как в изучении, так и в преподавании РКИ, делая образовательный процесс более эффективным и результативным.

Ключевые слова: образовательные ресурсы, иностранный язык, РКИ, Wordwall.

Abstract. This article considers the possibility of using the educational resource Wordwall in the organization of a modern educational process for the study of Russian as a foreign language in a university. The rapid development of informatization and digitalization of modern education, as well as the desire to reduce time and physical resources, lead to the need to use additional educational resources. After conducting a study, we were able to make sure that the use of the additional educational resource Wordwall provides ample opportunities for both learning and teaching Russian as a foreign language, making the educational process more efficient and effective.

Keywords: educational resources, foreign language, Russian as a foreign language, Wordwall.

На сегодняшний день, в связи со стремительной цифровизацией общества, в помощь традиционным методикам обучения приходят современные информационные и коммуникационные технологии. Данное явление продиктовано не только желанием современных преподавателей экономии временных и физических ресурсов, но и необходимостью достижения интенсификации процесса обучения. Повышение качества образования при минимуме затрат является ориентиром современности и отвечает актуальным приоритетам общества. Это подтверждается научными трудами исследователей, которые рассматривают факторы влияния цифровизации на систему образования. Так, например, М. А. Одинокая, О. А. Кочаровская, А. Н. Пятницкий, Н. И. Алмазова, а также В. Э. Жигадло и др. в своих научных трудах сходятся во мнении, что цифровизация общества обуславливает использование образовательных ресурсов сети Интернет для повышения эффективности и результативности современного образовательного процесса [1, 2, 3].

С момента начала пандемии Covid-19, в системе образования в ВУЗах стали происходить значительные изменения, которые были направлены на внедрение информационных и коммуникационных технологий в образовательный процесс, что отмечено в работах таких исследователей как М. А. Одинокая, Н. И. Алмазова, И. В. Аладышкин и др. [4, 5, 6]. Поскольку преподавание иностранных языков, в частности преподавание русского языка как иностранного, отличается от преподавания других дисциплин необходимостью формирования коммуникативной компетенции, преподаватели были вынуждены искать наиболее подходящие способы оптимизации образовательного процесса. Проанализировав работы отечественных ученых, а также учитывая необходимость использования коммуникативного подхода при обучении РКИ в вузе, был сделан вывод о том, что одним из основных способов создания более эффективных и результативных занятий, на сегодняшний день является применение ИКТ [7].

Внедрение ИКТ в образовательный процесс может осуществляться несколькими способами, к которым относятся дистанционное обучение, онлайн-обучение, а также электронное содействие обучению. Последнее, а именно, электронное содействие обучению, значительно отличается от первых двух способов. Электронное содействие учебному процессу, также известное как смешанное обучение, является примером традиционной формы образовательного процесса с внедрением ИКТ.

Многие отечественные исследователи в своих работах отмечают, что с помощью ИКТ материал на занятиях может быть представлен наиболее наглядно, что способствует повышению интереса со стороны учащихся, эффективности и более легкому запоминанию [7, 8, 9]. Также важно отметить, что ИКТ позволяют значительно сократить время на подготовку материала и сэкономить аудиторное время. Более того, поскольку современные студенты являются активными пользователями сети Интернет, использование ИКТ способствует повышению уровня их мотивации. Восприятие материала в интерактивном формате для совре-

менных студентов является наиболее оптимальным. В то же время, образование, лишенное информационных технологий, не является для них личностно-ценностным [8, 9].

В современных реалиях формат электронного содействия обучению значительно повышает доступность образования и объем доступной студентам информации, а также повышает уровень самоорганизации, формируя информационно-коммуникационную и технологическую компетенции всех субъектов учебного процесса.

В настоящее время к ИКТ, помогающим преподавателям с относительной простотой создавать новые интерактивные формы обучения, относятся и современные образовательные ресурсы. Одним из таких ресурсов является Wordwall, который отмечен в сравнительном анализе в работах таких отечественных ученых как Е.В. Астапенко, А.В. Бедарева и Э.И. Митькова [9, 10].

Wordwall является многофункциональным образовательным ресурсом для создания как интерактивных (на компьютере, планшете, телефоне или интерактивной доске), так и печатных материалов на основе готовых шаблонов. Также важно отметить, что он имеет не только англоязычную, но и русскоязычную версию.

Данный электронный образовательный ресурс позволяет в полной мере реализовать возможности преподавания иностранного языка, в частности РКИ, и использовать все необходимые материалы, а также обеспечить контроль качества выполнения предложенных заданий. Wordwall способен предоставить современному преподавателю большой набор качественных шаблонов для создания и последующего контроля интерактивных и печатных заданий.

По мнению Е. В. Астапенко и А. В. Бедаревой образовательный ресурс Wordwall является наиболее эффективным для использования в образовательном процессе, поскольку с его помощью преподаватель без особых усилий может управлять деятельностью учащихся во время занятий, делая их активными участниками обучения и позволяя учащимся решать различные коммуникативные задачи, что делает занятия более увлекательными [9].

Основными преимуществами данного образовательного ресурса являются:

1) персонификация заданий, которая позволяет производить контроль результатов работы учащихся и собирать статистику;

2) возможность организации как индивидуальной, так и групповой работы студентов онлайн и/или оффлайн;

3) вариативность шаблонов для одного задания, что значительно экономит время преподавателя при подготовке учебных материалов;

4) редактирование готовых заданий в соответствии с целями и стилем преподавания;

5) выбор тем и параметров заданий, что позволяет менять внешний вид за счет различной графики, шрифтов, звука, а также выставление таймера или изменение хода игры;

6) встраивание на веб-сайт, используя фрагмент HTML-кода, что является действенным способом для улучшения блога или виртуальной среды обучения учебного заведения [10].

Важно отметить, что использование современных образовательных ресурсов в учебном процессе является лишь дополнением к традиционным методам обучения, но не заменяет его.

По мнению О. В. Бойченко и О. Ю. Смирновой организация занятий по РКИ с использованием ИКТ позволяет преподавателям значительно экономить время, тем самым интенсифицируя изложение учебного материала, за счет использования простых и доступных средств [11].

Так, например, анализируемый в данной работе образовательный ресурс Wordwall предлагает современным преподавателям большой объем шаблонов, среди которых мы можем найти такие как: колесо фортуны, викторина, поиск соответствия, хронологические линейки, случайные карты, последовательности, кроссворды и др.

Одним из основных преимуществ данного образовательного ресурса считается возможность конвертировать содержимое упражнения с помощью смены имеющихся шаблонов. Это доступно как для преподавателя, так и для студентов при наличии

ссылки [12]. Так, например, создав задание в рамках одного шаблона «Викторина», есть возможность переключать его на другие: «Колесо фортуны», «Совпадение», «Погоня в лабиринте», «Случайные карты» и т. д. Данная функция позволяет реализовывать разные этапы работы с лексикой, грамматикой, фонетикой и т. д. Для каждого этапа работы, также, как и для каждого вида речевой деятельности можно подбирать соответствующий шаблон.

Упражнения, созданные преподавателем, могут оставаться как приватными, так и общедоступными. После создания интерактивных дидактических материалов пользователь может сохранить задание в галерее сайта и дать доступ к этому заданию остальным пользователям. Для большего удобства преподавателя, все задания могут быть персонифицированы, т. е. преподаватель может сменить настройки и студентам будет необходимо ввести свое имя для прохождения задания, в конце которого результаты будут доступны как самому студенту, так и преподавателю для статистики [13].

Таким образом, можно сделать вывод, что электронное содействие обучению с помощью использования образовательного ресурса Wordwall предоставляет широкие возможности как в изучении, так и в преподавании РКИ. Подобный подход делает образовательный процесс более гибким, а у преподавателей появляется возможность адаптировать учебные материалы под возможности, цели и задачи образовательного процесса, получив максимум результата при минимуме затрат.

Библиографический список

1. Жигadlo В. Э., Одинокaя М. А., Пятницкий А. Н. Цифровизация образовательной деятельности в высшей школе в период пандемии // В сборнике: Региональная информатика и информационная безопасность. Сборник трудов конференций: Санкт-Петербургской международной конференции и Санкт-Петербургской межрегиональной конференции. Санкт-Петербург. – 2020. – С. 366–369. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48027434&> (дата обращения: 12.03.2022).

2. **Одинокая М. А., Кочаровская О. А., Пятницкий А. Н.** Факторы обеспечения качества цифрового обучения иностранному языку в современном университетском инженерном образовании: мнение экспертов // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2021. – Т. 10. – № 3 (36). – С. 159–162. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47150501> (дата обращения: 12.03.2022).

3. **Almazova N., Sheredekina O., Odinskaya M., Smolskaia N.** The educational technology of monological speaking skills formation of future lawyers // Education Sciences. – 2021. – Т. 11. – № 7. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46919983> (дата обращения: 12.03.2022).

4. **Жигadlo В. Э., Одинокая М. А., Пятницкий А. Н.** К вопросу цифровизации российского образования в высшей школе в период пандемии COVID-19 // В сборнике: Региональная информатика (РИ-2020). XVII Санкт-Петербургская международная конференция. Материалы конференции. – 2020. – С. 52–53. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45649877> (дата обращения: 12.03.2022).

5. **Almazova N., Krylova E., Rubtsova A., Odinskaya M.** Challenges and opportunities for Russian higher education amid COVID-19: Teachers' perspective // Education Sciences. – 2020. – Т. 10. – № 12. – С. 368. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45088094> (дата обращения: 12.03.2022).

6. **Aladyshkin I. V., Kulik S. V., Odinskaya M. A., Safonova A. S., Kalmykova S. V.** Development of electronic information and educational environment of the university 4.0 and prospects of integration of engineering education and humanities // Lecture Notes in Networks and Systems. – 2020. – Т. 131. – С. 659–671. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43293661> (дата обращения: 12.03.2022).

7. **Капустина Л. В.** Анализ современных тенденций в применении цифровых технологий при обучении иностранным языкам (на материале обучающих web-сайтов) // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2020. – № 3. – С. 48–56. [Электронный ресурс]. – URL: <https://e-koncept.ru/2020/201020.htm> (дата обращения: 26.02.2022).

8. **Тиунова Н. Н.** Образовательные платформы как средство интенсификации профессиональной подготовки студентов колледжа // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2016. № 2 (22). С. 103–108. [http://www.prof-obr42.ru/Archives/2\(22\)2016.pdf](http://www.prof-obr42.ru/Archives/2(22)2016.pdf) (дата обращения: 27.02.2022).

9. **Астапенко Е. В., Бедарева А. В.** Дидактические возможности виртуальной доски Miro и образовательного ресурса Wordwall для организа-

ции работы студентов в процессе изучения иностранного языка в ВУЗе // Russian Journal of Education and Psychology. – 2021. – № 1. – С. 7–24. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/didakticheskie-vozmozhnosti-virtualnoy-doski-miro-i-obrazovatel'nogo-resursa-wordwall-dlya-organizatsii-raboty-studentov-v-protse> (дата обращения: 27.02.2022).

10. **Митькова Э. И.** Возможности платформы "Wordwall" как средства создания интерактивных лексических игр / Э. И. Митькова // Вопросы педагогики. – 2021. – № 4–2. – С. 181–183. [Электронный ресурс]. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45675773&> (дата обращения: 27.02.2022).

11. **Бойченко О. В., Смирнова О. Ю.** Информационно-коммуникационные и цифровые технологии в образовании // Проблемы современного педагогического образования. – 2019. – № 64-2. – С. 29–33. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-kommunikatsionnye-i-tsifrovye-tehnologii-v-obrazovanii> (дата обращения: 28.02.2022).

12. **Головаха Е. И.** Базовые инструменты преподавателя в рамках дистанционного обучения РКИ / Е. И. Головаха // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XXII Кирилло-Мефодиевские чтения: Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 26 мая 2021 года. – Москва: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. – 2021. – С. 112–116. [Электронный ресурс]. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46689172> (дата обращения: 28.02.2022).

13. Официальный сайт Wordwall [Электронный ресурс]. – URL: <https://wordwall.net/ru> (дата обращения: 28.02.2022).

Айдогдыева Элина Тимуровна – магистр, кафедра «Методика преподавания русского языка как иностранного и межкультурная коммуникация», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: ajdogdyeva.e@edu.spbstu.ru

Одинокая Мария Александровна – кандидат педагогических наук, доцент, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: odinokaya_ma@edu.spbstu.ru

Галина Михайловна Борщенко
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОРИГИНАЛЬНОГО КОНТЕНТА КАК МОТИВИРУЮЩИЙ ФАКТОР ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЗЫКОВОМ ВУЗЕ

Аннотация. В настоящее время конкуренция в сфере образования достигла беспрецедентных масштабов, и, несмотря на разнообразие методических разработок, вопрос повышения качества образования не теряет своей актуальности. Отдельно стоит уделить внимание проблеме преподавания гуманитарных дисциплин в технических вузах, их воспитательной и развивающей функции. Особую роль в формировании и развитии личности играет изучение иностранного языка. Для повышения учебной мотивации и эффективности изучения иностранного языка в условиях внешних и внутренних ограничений предлагается использовать дополнительные творческо-исследовательские задания на основе оригинального контента. Выявленная в ходе эксперимента положительная динамика в освоении дисциплины «Иностранный язык» студентами технических направлений подготовки указывает на потенциал дальнейшей разработки данного типа заданий.

Ключевые слова: иноязычное образование, творческое задание, исследовательское задание, мотивация обучающихся.

Galina M. Borschenko
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

ORIGINAL CONTENT AS A MOTIVATING FACTOR IN TEACHING EFL STUDENTS IN A NON-LINGUISTIC UNIVERSITY

Abstract. Nowadays competition in the field of education has reached an unprecedented scale and despite the variety of methodologies the issue of improving the quality of education is still relevant. It is worth paying attention to the problem of teaching the humanities in technical universities due to their educational and upbringing functions. In this context studying of a foreign

language is quite important for the development of personality. To increase learning motivation and the effectiveness of learning a foreign language under external and internal restrictions it is proposed to use creative and research complementary tasks based on original content. The positive dynamics of mastering the discipline «Foreign Language» was revealed by students of technical areas of training during the experiment which indicates the potential for further development of this type of tasks.

Keywords: foreign language education, creative task, research task, student motivation.

Несмотря на разнообразие методических разработок и подходов к обучению, вопрос повышения качества образования не теряет своей актуальности. Следует отметить, что в настоящее время конкуренция в сфере образования достигла беспрецедентных масштабов: кроме традиционных образовательных учреждений, появилось множество частных школ, дополнительных курсов, стремительно развивается обучение в онлайн формате. Также немалое влияние на сферу образования оказывают социальные процессы, смещающие акцент в сторону личностноориентированных ценностей и научно-технический прогресс, скорость которого требует все более частого обновления учебных материалов для сохранения их релевантности. Обобщая вышеперечисленные условия, можно выявить следующие факторы, снижающие привлекательность вузов по сравнению с альтернативными образовательными организациями:

1. Работа вузов сопряжена с системой массового образования, что значительно затрудняет реализацию принципов индивидуализированных и личностноориентированных подходов и методик. Ввиду большого количества обучающихся и разнородности контингента, ориентиром неизбежно становится «средний студент».

2. Образовательный процесс в вузах сопровождается большим количеством регулирующих актов от государственных законов и стандартов до внутренних регламентов, что значительно затрудняет обновление программ подготовки и содержания обучения.

3. Непродуманное внедрение большого количества инноваций в масштабах вуза часто приводит к негативному эффекту, так как

часто упускается из внимания среда, в которой предполагается их реализация: успешный опыт одной образовательной организации может не повториться в реалиях другой.

Отдельно стоит уделить внимание проблеме преподавания гуманитарных дисциплин в технических вузах. Как упоминалось ранее, скорость научно-технического прогресса ведет к многократному умножению знания, необходимого современному высококвалифицированному специалисту. Вследствие этого количество времени, отводимого на гуманитарные дисциплины в учебных программах, снижается, а сами дисциплины теряют свою значимость в глазах студентов. Однако полный отказ от преподавания гуманитарных дисциплин в технических вузах недопустим ввиду их воспитательной и развивающей функции.

Особую роль в формировании личности играет изучение иностранного языка (ИЯ), способствующее не только развитию коммуникативной компетенции и социокультурного кругозора, но и повышающее ценность специалиста в целевой сфере деятельности, включающей также и навыки межкультурного взаимодействия [1, 2]. Однако понимание важности данного аспекта не предотвращает выгорание мотивации студентов как результат учебной перегрузки более «приоритетными» дисциплинами [3].

Одним из вариантов решения проблемы поддержания учебной мотивации может быть создание системных междисциплинарных связей, что отмечено в исследованиях профессора Н. В. Поповой [4]. Сопряжение дисциплины «Иностранный язык» с профилирующими дисциплинами способствует практическому применению «абстрактных» навыков владения иностранным языком, что важно для студентов технической области знаний. Однако следует отметить, что данный подход более соответствует уровню подготовки старшекурсников, прошедших в начале обучения в вузе общую и специализированную языковую подготовку.

Для студентов младших курсов в контексте базового курса иностранного языка поддержание заинтересованности в предмете на начальном этапе обучения имеет пролонгированный, мотивирую-

щий эффект, что, несомненно, оказывает существенное влияние на эффективность образовательного процесса. [3, 5] Для решения данной задачи в Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого (СПбПУ) в рамках эксперимента с организацией разноуровневого обучения по дисциплине «Иностранный язык: Базовый курс» были составлены дополнительные задания, включающие работу с оригинальным контентом.

Участниками эксперимента стали студенты 1–2 курсов Института компьютерных наук и технологий (ИКНиТ) СПбПУ. Обучение в рамках эксперимента было организовано следующим образом: в расписании учебных занятий академические группы были собраны в потоки и по результатам тестирования (В1 по общевропейской шкале оценивания уровня владения ИЯ) в каждом потоке были сформированы группы продвинутого уровня.

При составлении и апробации дополнительных заданий были приняты во внимание следующие ограничения: количество часов, отводимых на изучение дисциплины, требования к основной и дополнительной учебной литературе в рабочей программе дисциплины; календарно-тематический план работы в течение семестра остался прежним, единым для экспериментальных групп базового и продвинутого уровней и студентов других подразделений, не участвовавших в эксперименте.

Подбор оригинального контента происходил в строгом соответствии с основной учебной литературой, благодаря чему не нарушалась логика изучения материала и незамедлительно демонстрировалась его практическая применимость. Более того, следует отметить, что осознание студентами факта, что они способны работать с неадаптированными источниками повышало их уверенность в собственных силах, что, также, положительно влияло на отношение к учебе и эффективность обучения.

В ходе эксперимента студентам было предложено оценить влияние дополнительных заданий на освоение ими дисциплины. Результаты анкетирования выявили следующую динамику: 70,3 % респондентов из групп продвинутого уровня, выполнявших данные задания на регулярной основе, отметили улучшение, 29,7% –

указали на отсутствие каких-либо изменений, ни один участник опроса не отметил ухудшения.

Также участники эксперимента оценили отдельные характеристики дополнительных заданий. Наиболее высокие отметки получили задания, расширяющие кругозор (высшая оценка от 55,9% респондентов) и стимулирующие творческое мышление (высшая оценка от 47,1% респондентов).

Таким образом выявленная в ходе эксперимента положительная динамика в освоении дисциплины «Иностранный язык» студентами технических направлений подготовки указывает на потенциал дальнейшей разработки заданий на основе оригинального контента, что может способствовать решению следующих задач:

1. Обеспечение индивидуализации с точки зрения дифференцированного подхода в условиях массового образования при отборе контента, связанного с базовой программой, но учитывающего интересы контингента обучающихся по разным направлениям подготовки, и, как следствие, более качественная подготовка к прохождению профессионально ориентированного курса ИЯ в дальнейшем.

2. Дальнейшее развитие творческого мышления и совершенствование навыков исследовательской деятельности путем решения соответствующих задач, которые изначально не предполагают однозначного правильного ответа.

3. Обеспечение гармоничного развития личности в контексте диалога культур, что также является одной из важных целей подготовки высококвалифицированного специалиста.

Библиографический список

1. Алмазова Н. И., Рубцова А. В. К вопросу повышения социальной значимости иноязычного образования в высшей школе / Алмазова Н. И., Рубцова А. В. – Текст: непосредственный // Герценовские чтения. Иностранные языки. Сборник научных статей. – 2018. – С. 370–371.

2. Воронова Л. С., Карпович И. А. Подготовка квалифицированных специалистов в вузе: гуманистическая парадигма образования / Воронова Л. С., Карпович И. А. – Текст: непосредственный // Сборник тезисов докладов международной научно-практической конференции «Роль

интеллектуального капитала в экономической, социальной и правовой культуре общества XXI века». – 2018. – С. 208–212.

3. Ерошина А. А., Манушкина М. М., Савельева Т. Г., Помазан В. А. Исследование особенностей учебной мотивации студентов направления «Прикладная информатика» // Письма в Эмиссия. Оффлайн (The Emissia. Offline Letters): электронный научный журнал. 2019. №2 (февраль). ART 2703. URL: <http://emissia.org/offline/2019/2700.htm>.

4. Попова Н. В. Модульное проектирование интегративной основы обучения иностранному языку в вузе: междисциплинарный подход / Н.В.Попова. – СПб., Изд-во Политехн. ун-та, 2012. – 252 с.

5. Рубцова А. В., Алмазова Н. И., Еремин Ю. В. Методическая модель продуктивного иноязычного образования: реновация академических ресурсов / Рубцова А.В., Алмазова Н.И., Еремин, Ю.В. – Текст: непосредственный// Научно-технические ведомости СПбПУ. Гуманитарные и общественные науки. – 2018. – Т. 9, № 3. – С. 87–99. DOI: 10.18721/JHSS.9309.

Борщенко Галина Михайловна – магистр, аспирантка Высшей школы лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: galina.borschenko@yandex.ru.

УДК 378.147.227

*Елена Вячеславовна Иванова,
Оксана Валентиновна Сулова*

Челябинский государственный университет

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ В КОНТАКТЕ В РАЗВИТИИ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ВУЗА

Аннотация. В современном иноязычном образовании сейчас особенно актуальна проблема развития коммуникативной компетенции. Известно, что без полноценного овладения данной компетенции невозможно полноценно адаптироваться к языковой среде в ситуациях профессиональ-

ного и бытового общения. Мы провели исследование, в котором изучили образовательный потенциал социальной сети ВКонтакте для развития коммуникативной компетенции обучающихся вуза. Наша цель заключалась в разработке методической системы развития иноязычной коммуникативной компетенции в рамках самостоятельной работы на основе использования интернет-ресурсов. В статье подробно описывается использованная нами методика на примерах упражнений, использованных нами на одном из проведенных занятий. Результаты нашего исследования доказывают эффективность предложенной методической системы.

Ключевые слова: иноязычная коммуникативная компетенция, самостоятельная работа, социальные сети, ВКонтакте.

Yelena V. Ivanova, Oksana V. Suslova
Chelyabinsk State University

EDUCATIONAL POTENTIAL OF VKONTAKTE SOCIAL NETWORK IN DEVELOPING FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCE OF UNIVERSITY STUDENTS

Abstract. Nowadays the problem of communicative competence development is especially relevant in modern foreign language education. We conducted a study in which we examined the educational potential of the social network VKontakte for the development of communicative competence of university students. Our aim was to develop a methodological system for the development of foreign language communicative competence within the autonomous work based on the Internet resources. The article describes the methodology we used based on the examples of exercises. The results of the research prove the effectiveness of the proposed methodical system.

Keywords: foreign language communicative competence, autonomous work, social networks, VKontakte.

На настоящий момент многие исследователи говорят о том, что задача иноязычного образования – обеспечить навыки адаптации в профессиональных и бытовых ситуациях. В связи с этим, возрастает важность развития иноязычной коммуникативной компетенции. Также, в настоящее время в системе образования наблюдается тенденция сокращения часов аудиторной работы с возрастанием

часов самостоятельной работы. Поэтому сейчас разрабатываются различные подходы в организации самостоятельной работы студентов. В том числе, задействуются интернет-ресурсы, так как они помогают сосредоточить всю работу в одном месте и обеспечить быстрое взаимодействие обучающихся и преподавателей.

Актуальность нашего исследования связана с недостаточной разработанностью методологических подходов к организации самостоятельной работы студентов с помощью интернет-ресурсов, в том числе социальных сетей. Особое значение эта проблема приобретает в связи с формированием в России информационного общества и широким распространением интернет-сервисов в образовании и экономике страны. Также, актуальность работы заключается в недостаточной разработанности методики применения информационных технологий в высшей школе.

Цель исследования – разработать методическую систему развития иноязычной коммуникативной компетенции в рамках самостоятельной работы на основе использования интернет-ресурсов.

Исследованием теоретических и практических аспектов самостоятельной работы обучающихся высших учебных заведений занимались такие авторы, как Л. Г. Вяткина, И. А. Зимняя, П. И. Пидкасистый, П. В. Семашко, Д. Б. Эльконин и др. С одной стороны, самостоятельная работа определяется как вид учебной деятельности студентов, обеспечивающий развитие таких важных навыков, как автономность, креативный подход к решению задач, умение организовать работу индивидуально и в группе. С другой стороны, самостоятельная работа – это средство организации и управления деятельностью студентов или система условий, позволяющая организовать и контролировать деятельность обучающихся [6]. В данном исследовании под самостоятельной работой подразумевается вид учебно-познавательной деятельности студентов, происходящей в специально организованных условиях, которая проходит без непосредственного участия преподавателя.

В нашем исследовании мы организуем самостоятельную работу в одной из самых популярных социальных сетей в России – ВКонтакте. Ежедневно сайт посещает 48 миллионов человек [1]. Также,

статистика показывает, что 47% пользователей сети Интернет в России посещают ВКонтакте ежедневно. Социальная сеть позволяет пользователям не только общаться между собой, но и создавать сообщества и активно участвовать в создании контента, то есть наполнения сообществ. Виртуальная социальная сеть – это интерактивный многопользовательский сайт, контент которого наполняется его пользователями. Виртуальные социальные сети как атрибут информационного общества образуют особое коммуникативное пространство, общение в котором имеет свои особенности и отличия от общения в реальной жизни [2].

Методика использования социальных сетей в образовании относится к методу смешанного обучения. Смешанное обучение – это сочетание традиционных форм обучения и форм обучения с использованием интернет-технологий. Обучение может называться смешанным, если от 30 до 79 % учебного времени проводится онлайн [3]. Смешанное обучение позволяет осуществлять совместную деятельность обучающихся и преподавателей на интернет-ресурсах. Также, благодаря современности и гибкости, смешанное обучение способствует улучшению мотивации обучающихся. Так, например, Сайфутдинова Г. Б. в своей статье отмечают важность использования социальных сетей в образовательной среде именно для повышения мотивации студентов [5].

Так как целью нашего исследования является развитие иноязычной коммуникативной компетенции, мы придерживались принципа коммуникативной направленности обучения. Данный принцип был разработан Г. В. Роговой и И. Н. Верещагиной [4]. Он предполагает, что вся деятельность в процессе обучения иностранному языку (аудирование, чтение, письмо, говорение) направлена на раскрытие коммуникативной функции языка. Создается определенная коммуникативная ситуация, и обучающимся необходимо достичь в ней определенной коммуникативной цели. В нашем исследовании мы использовали следующие типы упражнений с разной степенью коммуникативной свободы обучающихся:

– подстановочные упражнения (выбор правильной лексической или грамматической единицы с опорой на контекст).

В качестве примера можно привести следующее упражнение: обучающимся нужно ознакомиться с высказываниями и соотнести высказывания говорящих (1-8) и ответы на них (a-h), а затем подчеркнуть фразы, включающие в себя *not really, not that* и *a bit*.

В данном упражнении дается контекст использования фраз *not really, not that* и *a bit*. Упражнение ориентировано на то, чтобы учащиеся первично ознакомились с коммуникативным контекстом использования данных конструкций.

– трансформационные (преобразовать определенное высказывание, используя изученные лексические и грамматические единицы);

Трансформационным упражнением является продолжение упражнения подстановочного типа:

Tell a partner about the film you like and why you like it. If your partner disagrees, they should use some of the underlined expressions from exercise A.

Учащимся предлагается составить собственный мини-диалог путем преобразования фраз из предыдущего упражнения. На данном этапе у обучающихся уже больше свободы: они могут предложить любой вариант высказывания, с условием того, что оно будет содержать предложенную лексику и являться грамматически правильным. Цель данного этапа – закрепление лексического материала.

– условно-коммуникативные (создание диалога с использованием заданной структуры и фраз);

Упражнение данного типа снова вытекает из предыдущего. Теперь, обучающимся нужно объединиться в мини-группы и снова обменяться идеями, но на этот раз диалог должен быть большим по объему и при этом логичным. Таким образом, студенты не только развивают коммуникативную ситуацию, но и закрепляют изученную лексику. При выполнении данного типа заданий обучающиеся опираются на коммуникативную ситуацию, однако лексическое наполнение выбирает сам обучающийся, пользуясь наработанными навыками речи на иностранном языке.

– коммуникативные (создание монологов и диалогов).

К этому моменту обучающиеся уже полностью сформировали понимание коммуникативной ситуации и готовы полностью свободно порождать высказывания в монологической или диалогической форме. В качестве примера приведем задание, опубликованное в социальной сети ВКонтакте:

Write posts expressing your opinion about films you like.

Then, write at least 1 comment with other posts, disagree with them politely.

Example:

– I like ‘Twilight’. These films are so gripping!

– Really? I’m not that keen on that kind of stuff. I prefer something more unpredictable.

Задание поощряет использование ранее изученной лексики и лексических конструкций, но это не является обязательным условием. Главной функцией данного типа упражнений является свободная ориентация обучающегося в коммуникативной ситуации, умение подбирать средства для выражения своей мысли. В рамках нашего исследования, самостоятельная работа выполнялась обучающимися в большинстве случаев внеаудиторно.

Организация самостоятельной работы с использованием социальной сети ВКонтакте положительно отразилась не только на мотивации обучающихся, но и на результатах их обучения. Согласно проведенным нами измерениям, результаты итогового тестирования, проведенного в конце семестра, превосходят результаты входного тестирования на 5 %.

Можно сделать вывод, что нам удалось разработать методическую систему развития иноязычной коммуникативной компетенции в рамках самостоятельной работы на основе использования интернет-ресурсов. Интернет-ресурсы могут быть эффективно использованы для организации самостоятельной работы в высшей школе в рамках смешанного обучения.

Библиографический список

1. ВКонтакте подвела итоги... [Электронный ресурс] URL: <https://vk.com/press/q1-2021-results> (дата обращения: 26.03.2022).

2. **Ильчинская Е. П.** Особенности использования социальных сетей на занятиях по английскому языку в вузе [Электронный ресурс] // ISSN 2075-9908 Историческая и социально-образовательная мысль. Том 7 №6 часть 2. – 2015. – с. 260–263. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ispolzovaniya-sotsialnyh-setey-na-zanyatiyah-po-angliyskomu-yazyku-v-vuze> (дата обращения: 26.03.2022).

3. **Малинина И. А.** Применение технологий смешанного обучения иностранному языку в высшей школе [Электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации. – 2013. № 10. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2013/10/27936> (дата обращения: 26.03.2022).

4. **Рогова Г. В., Верещагина И. Н., Языкова Н. В.** Методика обучения английскому языку // ОАО Просвещение. – 2008. – 224 с.

5. **Сайфутдинова Г. Б., Мироненко А. С.** Возможности использования информационно-коммуникативных технологий и социальных сетей в самостоятельной работе студентов вузов // Проблемы современного педагогического образования. – 2017. № 54–7. – С. 300–304.

6. **Светоносова Л. Г.** Виды и принципы организации самостоятельной работы студентов педагогического вуза // Вестник ШГПУ № 1(37). – 2018. – ISSN 2542-0291.

Иванова Елена Вячеславовна – магистр, кафедра Делового иностранного языка, Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия. E-mail: ivanovalena701@yandex.ru.

Сулова Оксана Валентиновна – кандидат педагогических наук, доцент, Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия.

**ПОТЕНЦИАЛ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРАКТИВНОЙ
ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВОГО МИНИМАЛИЗМА
ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ В ПРОЦЕССЕ
ОБУЧЕНИЯ РКИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ
ВУЗОВСКОЙ ПРАКТИКЕ**

Аннотация. В данной статье предпринята попытка рассмотреть и описать потенциал использования интерактивной технологии цифрового минимализма, применяемый в современных реалиях российской вузовской практики. Обоснована актуальность данной темы. Особое внимание автором уделяется специфике данного вопроса, определению ключевых аспектов, связанных с потенциалом использования интерактивной технологии цифрового минимализма, в частности иностранных студентов, изучающих русский язык как иностранный в образовательном пространстве современной российской образовательной организации. В заключении делается вывод о том, что использование интерактивной технологии цифрового минимализма на занятиях по РКИ активизирует творческое мышление иностранных студентов, формирует навыки анализа и синтеза при поиске и отборе нужной учебной информации.

Ключевые слова: интерактивная технология, российская вузовская практика, цифровой минимализм, РКИ.

**THE POTENTIAL OF USING INTERACTIVE DIGITAL
MINIMIZATION TECHNOLOGY BY FOREIGN STUDENTS
IN THE PROCESS OF TEACHING RCT
IN MODERN RUSSIAN UNIVERSITY PRACTICE**

Abstract. This article attempts to consider and describe the potential of using interactive digital minimization technology used in the modern realities of Russian university practice. The relevance of this topic is substantiated.

The author pays special attention to the specifics of this issue, the definition of key aspects related to the potential of using interactive digital minimization technology, in particular, foreign students studying Russian as a foreign language in the educational space of a modern Russian educational organization. In conclusion, it is concluded that the use of interactive digital minimization technology in RFL classes activates the creative thinking of foreign students, forms the skills of analysis and synthesis in the search and selection of the necessary educational information.

Keywords: interactive technology, Russian university practice, digital minimization, Russian as a foreign language.

В эпоху стремительных изменений происходит активное внедрение искусственного интеллекта во все сферы жизнедеятельности человека. За последнее время исследователями отмечается тенденция к расширению спектра интерактивных технологий [1–5].

Несмотря на то, что спектр интерактивных технологий расширяется, рядом исследователей [6–9] отмечено, что среди них недостаточно уделяется вниманию технологиям, направленных на сокращение информационной нагрузки студента, особенно иностранных студентов, изучающих русский язык как иностранный (РКИ). Одной из таких технологий может стать интерактивная технология цифрового минимализма. Под интерактивной технологией цифрового минимализма понимается инструмент, направленный на осознанное сокращение информационной нагрузки студентов, в частности иностранных студентов, изучающих РКИ.

Студенту, использующему интерактивную технологию цифрового минимализма, следует осознанно заменить проверочный вопрос: «Какую информацию я хочу удалить?» универсальными вопросами «Как я использую эту информацию? Действительно ли мне это нужно? Важно? Интересно? Актуально? Зачем я хочу это сделать? Чего я хочу достичь?».

В основе интерактивной технологии цифрового минимализма — организация цифрового пространства студента путем наведения порядка в тематических папках на рабочем столе. Одним из способов понять, что интерактивная технология цифрового минимализма

лизма использована грамотно — ясное осознание студентом какой уникальный учебный материал по определенной учебной тематике в ней находится, который студенту достался с большим трудом. Избавление от «электронного мусора» освобождает место новому образовательному цифровому потоку информации.

Прежде чем приступить к любой задаче, студенту необходимо поставить цель. Студенту необходима для данного этапа — отдельный лист бумаги или блокнот (планер), карандаш или ручка, так как студенту предстоит выполнить письменное упражнение. Важно отметить, что настоятельно рекомендуется писать от руки, выполняя письменную практику. Когда студент пишет от руки, мелкая моторика создает и укрепляет большое число нейронных связей. Данная практика также позволяет взглянуть на информацию под другим углом. Основная цель письменной практики — отключиться от переизбытка информации, а затем перенести результат в электронный формат. В виртуальном пространстве порядок или хаос при работе с учебными материалами, как правило, зависит только от действий самого студента.

Студенту необходимо ставить список самых нужных файлов, которые содержат собственноручно сгенерированную учебную информацию, зафиксировав их на бумаге. Суть данного этапа состоит в том, чтобы взглянуть на организацию своего учебного виртуального пространства свежим взглядом. Студенту необходимо ответить на вопрос о том, что у него и где храниться, почему; описать, что же ему действительно необходимо.

В процессе составления гибкого списка самых нужных папок с учебной информацией, который может со временем меняться, иностранному студенту необходимо записывать все хаотичные мысли идеи, которые ему приходят в голову как получится, далее их можно упорядочить. Иностранному студенту важно формулировать мысли в виде законченных предложений с глаголом. Например, «Разделить картинки, которые нужны для курса русского языка как иностранного и китайского языка». Если учебная папка потеряла актуальность необходимо ее вычеркнуть. Если студент придумал вариант лучше предыдущего, то ему рекомендуется пе-

реписать заметку. Также рекомендуется фиксировать выполненные пункты заметок. Далее необходимо упорядочить заметки и написать рядом их обоснование, что, в свою очередь, может дать возможность студенту осознать всю картину его взаимоотношений с цифровым образовательным пространством

В заключение представляется важным отметить, что интерактивная технология цифрового минимализма — это инструмент, который способствует сосредоточению студента на нужной учебной информации. Интерактивная технология цифрового минимализма направлена на сокращение информационной нагрузки студента, особенно иностранных студентов, изучающих русский язык как иностранный. Использование интерактивной технологии цифрового минимализма на занятиях по РКИ активизирует творческое мышление иностранных студентов, формирует навыки анализа и синтеза при поиске и отборе нужной учебной информации.

Библиографический список

1. **Odinokaya M. A., Karpovich I. A., Mikhailova O. Ju, Piyatnitsky A. N., Klimova B.** Interactive technology of pedagogical assistance as a means of adaptation of foreign first-year students // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. — IOP Publishing. — 2020. — Т. 940. — №. 1. — С. 012130.
2. **Almazova N., Sheredekina O., Odinokaya M., Smolskaia N.** The educational technology of monological speaking skills formation of future lawyers // Education Sciences. — 2021. — Т. 11. — № 7.
3. **Жигadlo Н. В., Одинокая М. А.** Особенности использования информационных технологий в профессиональной деятельности педагога // В сборнике: Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. Материалы VI межрегиональной научно-практической конференции. Науч. ред. Б. В. Соколов. Севастополь. — 2020. — С. 107–108.
4. **Юсупов Р. М., Жигadlo Н. В., Одинокая М. А.** Роль цифровых технологий в науке и образовании в России // В сборнике: Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. Материалы VI межрегиональной научно-практической конференции. Науч. ред. Б. В. Соколов. Севастополь. — 2020. — С. 33–34.

5. **Odinokaya M. A., Karpovich I. A., Ju Mikhailova O., Piyatnitsky A. N., Klimova B.** Interactive technology of pedagogical assistance as a means of adaptation of foreign first year students // В сборнике: IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. Сер. "International Scientific Conference 'Digital Transformation on Manufacturing, Infrastructure and Service'". – 2020. – С. 120–130.

6. **Rubtsova A. V., Odinokaya M. A., Krylova E. A., Smolskaia N. B.** Problem of mastering and using digital learning technology in the context of a pandemic // В сборнике: Knowledge in the Information Society. Joint Conferences XII Communicative Strategies of the Information Society (CSIS2020) and XX Professional Culture of the Specialist of the Future (PCSF2020). Сер. "Lecture Notes in Networks and Systems" Cham. – 2021. – С. 324–337.

7. **Одинокая М. А.** Применение технологии интерактивного обучения для организации самостоятельной работы студентов // Вопросы методики преподавания в вузе: ежегодный сборник. – 2014. – № 3 (17). – С. 228–235.

8. **Жигadlo В. Э., Одинокая М. А., Шередкина О. А.** Использование технологий мобильного обучения в самостоятельной работе студентов технического вуза // Современные информационные технологии и ИТ-образование. – 2016. – Т. 12. – № 4. – С. 68–72.

9. **Одинокая М. А.** Технология интерактивного обучения как средство организации самостоятельной работы студентов технического вуза (на базе дисциплины «Иностранный язык» // автореферат дис. ... кандидата педагогических наук / С.-Петерб. политехн. ун-т. Санкт-Петербург. – 2014. – С. 22.

Ли Юньпэн – магистр, кафедра «Методика преподавания русского языка как иностранного и межкультурная коммуникация», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: koro4444@gmail.com.

УДК 372.8

*Лян Цзяхуэй, Чжан Сюань,
Инна Владимировна Шеглова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ НАУЧНОГО СТИЛЯ РЕЧИ ИНОСТРАННЫМ СТУДЕНТАМ

Аннотация. В данной статье отражены общие положения методики обучения научному стилю речи иностранных студентов и обозначен частный случай: изучение терминологии. В результате устанавливается, что оптимальным решением проблемы обучения научному стилю речи, масштабнее – профессионально ориентированному обучению, является создание целостной и гармоничной лингводидактической системы, которая представляет собой ряд взаимосвязанных принципов и технологий: принципа преемственности и учета языковой подготовки учащихся, принципа текстоцентризма; технологии развития критического мышления. Полученные данные вносят вклад в развитие и совершенствование методики обучения русскому языку как иностранному, уточняя деонтологические особенности работы по обучению научному стилю речи на всех этапах языкового образования.

Ключевые слова: научный стиль речи, русский язык как иностранный, методика обучения русскому языку как иностранному, иностранные студенты.

*Liang Jiahui, Zhang Xuan,
Inna V. Scheglova*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

KEY ASPECTS OF THE METHODOLOGY OF TEACHING SCIENTIFIC STYLE OF SPEECH TO FOREIGN STUDENTS

Abstract. The article reflects the general provisions of the methodology of teaching the scientific style of speech to foreign students and identifies special cases. As a result, it is established that the optimal solution to the problem of teaching a scientific style of speech, more broadly, professionally oriented

learning, is the creation of an integral linguodidactic system, the effectiveness of which is ensured by the implementation of interrelated general didactic and linguodidactic principles and technologies in it: the principle of continuity and consideration of language training of students, the principle of textocentrism; hypertext technology and technology for the development of critical thinking.

Key words: scientific style of speech, Russian as a foreign language, methods of teaching Russian as a foreign language, foreign students.

Языковая подготовка студентов-иностранцев к получению российского высшего профессионального образования детерминировала появление в методике обучения русскому языку как иностранному (РКИ) направления, известного как *научный стиль речи (НСР)*.

Научный стиль речи имеет следующие конститутивные понятийные характеристики: 1) разновидность языка; 2) создается общими для литературного языка явлениями, но целенаправленно организованными, функционирующими иным способом; 3) характеризуется абстрактностью, точностью, логичностью и объективностью.

Овладение научным стилем речи сопровождается рядом трудностей, которые испытывают как преподаватели, так и студенты.

Теоретическую базу настоящего исследования составляют научные положения, доказанные в педагогической литературе: о характеристике феномена «научный стиль речи», его специфике [1]; об обучении НСР на занятиях по РКИ в целом [2] и конкретной аудитории [3]; об обучении определенному аспекту научной речи [4]; о формировании исследовательской компетенции [5].

Опыт показывает, что среди основных методических рекомендаций по обучению иностранцев НСР, способствующих оптимизации методики преподавания РКИ, можно обозначить следующие: обращение к графическим средствам представления информации; популяризация самостоятельной работы, самообразования; организация учебных экскурсий, создание «зоны языкового комфорта», использование ИКТ, обращение к специализированным русскоязычным сайтам, непосредственно связанным с будущей профессией учащихся; развитие научного типа мышления.

В рамках статьи представим релевантные положения методики преподавания НСР иностранным студентам, которые являются актуальными (как на начальном, так и продвинутом этапах обучения) и подтвержденными в лингводидактике [6, с. 13–14]:

1. Интегративный подход рассматривается в качестве основополагающего. Успех профессионально ориентированного обучения обеспечивается благодаря моделированию лингводидактической системы, состоящей из дисциплин, гармонично дополняющих друг друга на разных этапах языкового образования.

2. Принцип преемственности и учета уровня языковой подготовки студентов-иностранцев считается важным условием для оптимального соотношения учебного материала. Обозначенный принцип позволяет осуществлять поэтапное накопление знаний и успешное формирование речевых навыков и умений учащихся в соответствии с целями и задачами обучения и воспитания.

3. Текстцентрический подход как основа разработки учебно-методического обеспечения процесса обучения НСР. Указанный подход предоставляет возможность свести всё предметно-содержательное и тематическое многообразие научных текстов к нескольким типам.

4. Технология критического мышления актуализирует формирование когнитивных умений иностранных учащихся, способствует развитию самоконтроля, самооценки, самоорганизации учебной деятельности.

Таким образом, в качестве основных положений методики преподавания НСР следует выделить следующие: преемственность и учет языковой подготовки учащихся; реализация принципа текстцентризма; обращение к технологии развития критического мышления.

Вместе с тем, на наш взгляд, целесообразно выделить и проанализировать частный случай процесса преподавания научного стиля речи: изучение терминологии.

В указанном аспекте востребованными оказываются переводные способы семантизации терминов на занятиях по РКИ. Родной язык при этом выступает в качестве посредника для по-

нимания того или иного языкового явления иностранными студентами. Обращение к приему «функционального замещения» предполагает овладение лексической единицей русского языка посредством родноязычного слова. Существуют и беспереводные способы семантизации терминов. Например, семантизация термина с помощью дефиниции. Обращение к дефиниции актуально на среднем и продвинутом этапах обучения. Наконец, толкование как еще один способ семантизации терминов в рамках курса НСР. В толковании отсутствует первый номинативный элемент, а вся необходимая информация выражена описательной частью, вводимой указательным местоимением (*Транскрипция – это то, как мы произносим слово*) [3, с. 31]. Подчеркнем, что преподаватель-русист при отборе лексики руководствуется рядом принципов. Перечислим некоторые из них: частотность и распространенность, соответствие определенной тематике, сочетаемость, словообразовательная ценность.

Резюмируем. Оптимизация процесса преподавания научного стиля речи иностранным студентам достигается за счет грамотного подбора взаимосвязанных принципов, подходов и технологий: принципа профессиональной направленности обучения; принципа преемственности и учета языковой подготовки учащихся, принципа текстоцентризма; личностно-ориентированного подхода в языковом обучении; гипертекстовой технологии и технологии развития критического мышления.

Библиографический список

1. **Кониюшева О. А.** Сравнительная характеристика научного стиля и языка художественной литературы // Бюллетень науки и практики. – 2021. – №7 (7). – С. 371–378.
2. **Шустикова Т. В.** Научный стиль речи: компетентностный подход к обучению на базовом этапе // Вестник РУДН. Серия Вопросы образования: языки и специальность. – 2008. – № 1. – С. 81–87.
3. **Парочкина М. М.** Особенности работы с научным стилем речи на занятиях во вьетнамской аудитории / М. М. Парочкина, Л. М. Сафина, Чан Дай Зунг // Вопросы педагогики. – 2018. – № 6–2. – С. 29–39.

4. **Сальная Л. К.** Обучение аудированию научной речи // Известия ЮФУ. Технические науки. – 2013. – № 10 (147). – С. 126–131.

5. **Чжан Сюань.** Исследовательская компетенция студентов-лингвистов на основе практико-ориентированного подхода: характеристики и аспекты формирования / Чжан Сюань, И. В. Щеглова // Педагогика. Вопросы теории и практики. – 2021. – № 6. – С. 990–994.

6. **Пугачев И. А.** Интегративная модель профессионально ориентированного обучения русскому языку иностранных бакалавров технического и естественнонаучного профилей / автореферат дис. ... доктора пед наук / И. А. Пугачев. – Москва, 2016. – 22 с.

Лян Цзяхуэй – магистрант, высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: liangjh0726@yandex.ru.

Чжан Сюань – аспирант, высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: fangxiatui@gmail.com.

Щеглова Инна Владимировна – доцент, высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: isheglova@yahoo.com.

УДК 372.881.111.1

Олеся Дмитриевна Медведева
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ АКАДЕМИЧЕСКИХ МЕТАНАВЫКОВ В ПРОЦЕССЕ ИНОЯЗЫЧНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Аннотация. В статье дается определение академическим метанавыкам, обосновывается актуальность их развития в процессе обучения в техническом вузе. Проведенный анализ отечественной и зарубежной научной литературы позволил автору выявить наиболее эффективные подходы к развитию академических метанавыков студентов при обучении иностранному языку в вузе, среди которых основными являются коммуникатив-

ный, личностно-деятельностный, междисциплинарный и продуктивный подходы. Использование данных подходов способствует формированию не только навыков реализации межкультурной иноязычной коммуникации, но и академических метанавыков, профессиональных знаний и личностных качеств, необходимых современным специалистам.

Ключевые слова: академические метанавыки, soft skills, обучение иностранному языку, технический вуз, подходы к обучению.

Olesya D. Medvedeva

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

MAIN APPROACHES TO ACADEMIC META-SKILLS DEVELOPMENT IN THE PROCESS OF FOREIGN LANGUAGE EDUCATION AT A TECHNICAL UNIVERSITY

Abstract. The article defines academic meta-skills, substantiates relevance of their development in the process of studying at a technical university. The analysis of Russian and foreign scientific literature allowed the author to identify the most effective approaches to the development of students' academic meta-skills while teaching a foreign language at a university, among which the main ones are communicative, personal-oriented, interdisciplinary, and productive approaches. The use of these approaches contributes to the formation of not only the skills of implementing intercultural foreign language communication but also academic meta-skills, professional knowledge, and personal qualities necessary for modern specialists.

Keywords: academic meta-skills, soft skills, foreign language teaching, technical university, approaches to teaching.

Современному обществу необходимы высококвалифицированные, социально развитые личности, поэтому высшее образование обеспечивает подготовку специалистов различного профиля. Наиболее востребованными профессиями в настоящее время являются профессии технической направленности, следовательно, в технических вузах необходимо развивать у студентов не только профессиональные навыки, но и академические метанавыки, без которых будущий специалист не сможет достичь успеха в своей профессиональной деятельности, как отмечают многочисленные исследователи.

«Академические метанавыки» являются интегративным понятием, основанным на сопоставлении содержания понятий «академическая культура», «академические компетенции», «метанавыки» и компонентов, входящих в состав soft skills, исследованием которых занимаются многие ученые [1, 2]. Так, академические метанавыки в области овладения иностранным языком – это совокупность навыков изучения иностранного языка и надпрофессиональных навыков, способствующих успешной межличностной коммуникации и эффективной реализации профессиональных навыков. К академическим метанавыкам относятся медиативно-интерактивные, социоконструктивные и функционально-технологические навыки.

Говоря о развитии академических метанавыков в процессе обучения в вузе, стоит отметить недостаточное присутствие нацеленности обучения на формирование и развитие академических метанавыков, что подтверждается многими зарубежными и российскими учеными [3, 4]. Исследователи отмечают направленность технических вузов на развитие именно профессиональных навыков, что, по опросу работников в технических областях, ведет к невысокой продуктивности и неудовлетворенности от работы, а также к трудностям в продвижении по карьерной лестнице. Таким образом, авторы доказывают, что без академических метанавыков современному техническому специалисту крайне сложно добиться успеха в профессиональной деятельности, а развитие академических метанавыков должно происходить в процессе обучения в вузе.

Соответственно, становится актуальным поиск подходов к развитию академических метанавыков средствами академических дисциплин. Цель данного исследования – выявить основные подходы к развитию академических метанавыков студентов при обучении иностранному языку. Поставленная цель обусловила использование теоретических методов исследования, а именно проведение анализа научной литературы. В рамках исследования были изучены и проанализированы более 60 русско- и англоязычных научных статей, опубликованных в журналах, индексируемых в научных базах РИНЦ, Scopus, Web of Science и входящих в пере-

чень ВАК, в которых содержались такие ключевые слова как «soft skills», «академические навыки», «мягкие навыки», «гибкие навыки», «метанавыки», а методы обобщения и систематизации позволили выявить 4 наиболее эффективных подхода.

Основополагающим подходом в современном иноязычном образовании является коммуникативный подход, в рамках которого происходит развитие всех составляющих, формирующих иноязычную коммуникативную компетенцию. Применение коммуникативного подхода предполагает учет особенностей реальной иноязычной коммуникации, поэтому студент развивает навыки и умения выражать коммуникативные намерения с помощью соответствующих лексических и грамматических единиц, интерпретировать тексты и использовать стратегии общения в определенных ситуациях [5]. Соответственно, развитие ключевых компетенций студента, soft skills и коммуникативных навыков в частности в полной мере происходит при использовании коммуникативного подхода к иноязычному образованию. Зарубежные ученые подтверждают эффективность развития академических метанавыков при использовании таких педагогических коммуникативных технологий, как дебаты, групповые дискуссии и мозговой штурм [6].

Использование различных педагогических технологий и методов обучения в процессе иноязычного образования позволяет обучающимся быть субъектом образовательного процесса, тем самым воплощая в иноязычном образовательном процессе личностно-деятельностный подход. А. В. Брушлинский утверждал, что личность способна инициировать и осуществлять практическую деятельность, включающую когнитивный, познавательный, коммуникативный и другие виды специфически человеческой активности и добиваться необходимых результатов [7]. При этом развитие социальных навыков позволяет будущим специалистам добиваться наибольших результатов, поскольку именно коммуникация в современных реалиях является основой построения взаимоотношений во всех сферах жизнедеятельности [8], а грамотно выбранные преподавателем методы обучения и средства иностранного языка способствуют развитию коммуникативных

навыков. В связи с этим в образовательном процессе приоритетным должно быть обучение в сотрудничестве, направленное на совместное осуществление разного рода деятельности, которое формируется с помощью субъект-субъектных отношений.

Кроме того, эффективным подходом к развитию академических метанавыков и средством мотивации к обучению является междисциплинарный подход, способствующий развитию профессиональных знаний и навыков средствами смежной дисциплины. Неразрывность развития профессиональных и академических метанавыков отмечает Д.М. Жилин. В своем исследовании автор рассматривает необходимые профессиональные знания и академические навыки для решения той или иной задачи на разных этапах от постановки до реализации решения, в которые входят предметные знания теорий, фактов, закономерностей в соответствующей области и академические метанавыки, включающие в себя коммуникативные, управленческие, исполнительские навыки и личностные качества [9].

Касаемо использования современных интерактивных образовательных технологий в рамках иноязычного обучения стоит отметить их наибольшую и эффективную реализацию через продуктивный подход к обучению. В рамках продуктивного подхода образовательный процесс строится на вовлечении студентов в процесс решения социокультурных и профессиональных ситуативных задач, которые позволяют студентам применять знания и развивать навыки реализации иноязычной коммуникативной компетенции для достижения поставленных преподавателем практических, научно-исследовательских, коммуникативных целей. Продуктивный подход к изучению иностранного языка включает в себя использование разнообразных интерактивных технологий обучения, целью которых является полноценное развитие личности студента: личностные качества, коммуникативные, организаторские и управленческие навыки, а также профессиональные навыки [10].

Таким образом, проведя анализ научных исследований зарубежных и отечественных ученых, нами было выявлено, что иноязычное

образование в техническом вузе является перспективной платформой для интеграции процессов развития профессиональных навыков и академических метанавыков, что предполагает применение преподавателями различных инновационных подходов, методов и технологий обучения. Наиболее эффективными подходами к развитию академических метанавыков в процессе иноязычного образования в техническом вузе являются коммуникативный, личностно-деятельностный, междисциплинарный и продуктивный подходы, применение которых также способствует развитию профессиональных навыков и личностных качеств студентов.

Библиографический список

1. **Горденко Н. В.** Формирование академических компетенций у студентов вузов : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Н. В. Горденко; Ставропольский государственный университет. – Ставрополь, 2006. – 169 с.
2. **Гладилина И. П.** Соответствие компетенций выпускников вузов и потребностей рынка труда в условиях цифровой трансформации // Современное педагогическое образование. – 2022. – С. 10–13.
3. **Богдан Е. С.** Развитие soft skills как важный компонент формирования компетенций конкурентоспособных выпускников инженерных направлений // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 3. – С. 1–8.
4. **Capretz L. F., Ahmed F.** A call to promote soft skills in software engineering // Psychol Cogn Sci Open J. – 2018. – Vol. 4, № 1. – P. e1-e3.
5. **Голубкова О. Н., Утехина А. Н., Тройникова Е. В., Маханькова Н. В., Войтович И. К., Трифонова И. С., Хасанова Л. И.** Повышение качества иноязычного образования в Удмуртской Республике: концепция и опыт реализации / Под ред. Т. И. Зелениной. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2013. – 96 с.
6. **Choudhary A., Gupta V.** Teaching communications skills to medical students: Introducing the fine art of medical practice // International journal of applied & basic medical research. 2015. – Vol. 5, N Suppl 1. – P. S41–S44.
7. **Брушлинский А. В.** Психология субъекта. – СПб.: Алетейя, 2003. – 272 с.
8. **Зацепина О. Б., Басова О. В., Купцова Е. Ю.** Развитие социальных навыков в курсе иностранного языка в высшей школе // Высшая школа: опыт, проблемы, перспективы: Материалы XII Международной научно-практической конференции. В 2-х ч. Часть 2 / Под общей ред. В. И. Каза-ренкова. – М.: РУДН, 2019. – С. 79–84.

9. **Жилин Д. М.** Навыки XXI века и наука XXI века – противоречие или соответствие? // Естественнонаучное образование: взгляд в будущее / Под общей ред. В.В. Лунина и Н.Е. Кузьменко. – М.: Издательство Московского университета, 2016. – С. 76–90.

10. **Rubtsova A.** Socio-linguistic innovations in education: Productive implementation of intercultural communication // IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng. – 2019. – Vol. 497. – P. 012059.

Медведева Олеся Дмитриевна – ассистент, Кафедра иностранных языков, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: olesyateacher@bk.ru.

УДК 428.2

Гульзар Пиркулыевна Пиркулыева
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого.

ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ ПРИ РАБОТЕ С ЛИТЕРАТУРНЫМ ПРОИЗВЕДЕНИЕМ

Аннотация. В статье обосновывается необходимость формирования социокультурных знаний о стране изучаемого языка у иностранных студентов при обучении русскому языку как иностранному, что может достигаться за счёт работы с литературным произведением. Формирование социокультурной компетенции у обучаемого позволяет реализовать все четыре цели современного образования, а именно: познавательную, воспитательную, практическую, развивающую. В соответствии с выделенными целями были предложены предтекстовые, притекстовые и послетекстовые задания к рассказу К.Г. Паустовского «Телеграмма» при обучении русскому языку как иностранному студентов направления подготовки «Теория и методика преподавания русского языка как иностранного» Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, разработаны этапы работы над рассказом для изучения его в иностранной аудитории.

Ключевые слова: социокультурная компетенция, литературное произведение, русский язык как иностранный, иностранные студенты, коммуникативная компетенция.

Gulzar P. Pirkulyeva

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

FORMATION OF SOCIO-CULTURAL COMPETENCE OF FOREIGN STUDENTS WHEN WORKING WITH A LITERARY TEXT

Abstract. The article substantiates the need for the formation of socio-cultural knowledge about the country of the language being studied among foreign students when teaching Russian as a foreign language, which can be achieved by working with a literary work. The formation of socio-cultural competence of the student allows to realize all four goals of modern education, namely: cognitive, educational, practical, developing. In accordance with the identified goals, pre-text, pre-text and post-text tasks for the K. Paustovsky's story «Telegram» were proposed when teaching Russian as a foreign language to students of the training course «Theory and Methods of Teaching Russian as a Foreign Language» of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, the stages of work on the story for studying it in a foreign audience have been developed.

Keywords: socio-cultural competence, literary work, Russian as a foreign language, foreign students, communicative competence.

В современных условиях возрастающей интеграции российско-го высшего образования в мировое образовательное пространство одним из важнейших требований к выпускникам вузов практически является владение иностранным языком, в связи с чем формирование социокультурной компетенции становится важным аспектом процессе обучения в вузе и неотъемлемой составляющей коммуникативной культуры личности [1].

Преподавателю иностранного языка необходимо обучить студента не только фонетическому, лексическому и грамматическому уровням языка, но и познакомить обучающихся с культурой и историей страны изучаемого языка, с ее обычаями и традициями, менталитетом, речевым этикетом [2].

Формирование социокультурной компетенции у обучаемого позволяет реализовать все четыре цели современного образования, для достижения которых нами были предложены задания для работы с художественным текстом, а именно: познавательную, воспитательную, практическую, развивающую [3].

При обучении иностранных студентов русскому языку с целью формирования основ социокультурной компетенции в процесс обучения были разработаны упражнения. При выборе темы для разработки заданий к литературным текстам хотелось уделить внимание теме материнской любви. Образ матери зачастую сравнивается с образом Родины и присутствует в произведениях многих русских писателей. Одним из выдающихся советских писателей является Константин Георгиевич Паустовский, в его рассказе «Телеграмма» раскрывается образ матери. Именно это рассказ был выбран для анализа и разработки упражнений.

Предварительно среди студентов было проведено анкетирование с целью выявления интереса к работе с поэтическими текстами. В анкетировании участвовали иранские, туркменские, китайские, палестинские студенты, которые обучаются по направлению «Теория и методика преподавания русского языка как иностранного» в СПбПУ. В результате этого исследования выяснилось, что 70 % опрошенных не были знакомы с творчеством Константина Паустовского.

Рассказ «Телеграмма» рекомендуется для продвинутого уровня студентов В1-В2. Его лексическая сложность предполагает более тщательную работу преподавателя со студентами на подготовительном этапе. Для преодоления лексических и смысловых сложностей у студентов при изучении данного материала преподавателю требуется уделить особое внимание снятию лексических трудностей, изучению биографии поэта, изучению истории в период жизни писателя. Работа начинается с предварительного знакомства с биографией автора, с формирования фоновых знаний, которые помогут обучаемым понять смысл рассказа. Преподаватель раздает студентам текст для чтения на дому [4] [5].

Рассказ «Телеграмма» подходит для работы при иноязычной подготовке иностранных студентов, поскольку автор использует

лексику, характерную как для городских жителей, так и для простых жителей деревни [6].

С методической точки зрения для чтения рассказа в иностранной аудитории необходимо 2 аудиторных часа. Для изучения его в иностранной аудитории работу рекомендуется разделить на 3 этапа: подготовительный этап, этап анализа текста, оценочный этап (табл.1).

Подготовительный этап включает работу над лексикой и грамматикой, чтобы помочь участникам четко выразить свои мысли и убедительно обосновать членам группы свою точку зрения. На этапе анализа текста студенты читают художественное произведение и выполняют послетекстовые задания. Оценочный этап включает дискуссию, где учащиеся высказывают свое отношение к главным героям рассказа.

К рассказу «Телеграмма» были разработаны и интегрированы в обучающий процесс следующие блоки заданий: предтекстовые задания; притекстовые задания; послетекстовые задания.

В качестве предтекстовых заданий студентам было предложено описать жизнь главных героев, их отношения, природу, роль пейзажа в рассказе.

В качестве притекстовых заданий студентам было предложено ответить на вопросы о характере и мыслях героев, о позиции автора, о жиненных вопросах, затронутых в тексте, а также сделать выводы об основной идее рассказа.

Таблица 1

Этапы работы с литературным произведением

1 этап	Выдача обучающимся материала на дом, знакомство с биографией автора, просмотровое самостоятельное чтение, работа с незнакомой лексикой, подготовка к дискуссии в аудитории, предтекстовые задания.
2 этап	Чтение и анализ на занятии вместе со студентами, организационная итоговая работа, притекстовые задания.
3 этап	Обсуждение главных авторских идей и выполнение послетекстовых заданий.

В качестве послетекстовых заданий студентам было предложено прочитать два фрагмента текста и найти в этих текстах устаревшие слова, найти глаголы и образовать из них действительные причастия, передать смысл предложенных приложений, употребляя причастия.

Предлагаемые блоки заданий необходимы для того, чтобы у студентов пополнялся лексический запас, студенты глубже понимали суть рассказа, обладали языковыми клешами, познакомились с жизнью русского народа того времени – одни задания направлены на понимание смысла, другие группы заданий направлены на понимание темы, образов авторской позиции.

Резюмируем. Проведенное исследование показало, что формирование социокультурной компетенции является неотъемлемой частью работы с литературными текстами при выполнении выделенных целей: познавательной, воспитательной, практической, развивающей. Разработанные упражнения были ориентированы на изучение языковых и социологических особенностей изучаемого языка. В результате работы с текстом обучающиеся соприкасались с культурологическим фоном русского текста, определяли трансформации национально-культурной специфики при чтении, что способствовало формированию социокультурной компетенции.

Библиографический список

1. **Одинокая М. А.** Формирование основ когнитивной и коммуникативной компетенций средствами иностранного языка в условиях самостоятельной работы студентов технического вуза //Общество. Коммуникация. Образование. – 2014. – №. 4 (208). – С. 192–196.
2. **Барина Д. О., Одинокая М. А., Андреева А. А.** Принципы разработки учебных дидактических материалов нового типа при иноязычной подготовке магистрантов инженерного профиля // Азимут научных исследований: педагогика и психология 2020. Т. 9. № 3 (32). С. 197–200.
3. **Горячева Е. Ю., Майорова О. Н., Полякова Н. П., Райкова А. И.** Формирование социокультурной компетенции на уроках иностранного языка [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.edu.ru/file/docs/2015/12/62747.pdf#page=3> (дата обращения: 17.11.2017).

4. **Darina Barinova, Nadezhda Almazova, Maya Bernavskaya, Maria Odinokaya, and Anna Rubtsova.** Interactive Learning Technology for Overcoming Academic Adaptation Barriers // Integrating Engineering Education and Humanities for Global Intercultural Perspectives (IEEHGIP 2020)// Vol.131. P.768-794. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-47415-7_84

5. **Зимняя И. А.** Ключевые компетенции – новая парадигма результата современного образования // Интернет-журнал «Эйдос». – 2006. – URL: <http://www.eidos.ru/journal/2006/0505.htm>. (дата обращения: 16.11.2017).

6. **Odinokaya M. A., Karpovich I. A., Mikhailova O. Ju, Piyatnitsky A. N., Klimova B.** Interactive technology of pedagogical assistance as a means of adaptation of foreign first-year students //IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – IOP Publishing, 2020. – Т. 940. – № 1. – С. 012130.

Пиркульева Гульзар Пиркульевна – магистр, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: gulzargulzar95@mail.ru.

УДК 372.881.111.1

Елизавета Александровна Прокопьева
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ВЗРОСЛЫХ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Аннотация. В связи со стремительно развивающимся процессом глобализации, демократизацией общества, а также расширением международной торговли и сотрудничеством государств у взрослых людей возникает потребность в изучении иностранных языков. Все больше преподавателей иностранных языков встречаются с трудностями при обучении взрослых студентов. Такие аспекты, как сформировавшиеся жизненная позиция обучающихся, конкретная цель изучения языка или отсутствие времени могут усложнить процесс обучения. Данная статья представляет собой систематизацию результатов обзора лучших практик и исследований в области преподавания с целью выявления причин, которые побуждают взрослых изучать иностранный язык, а также особенности такого обучения.

Ключевые слова: обучение взрослых, особенности обучения, формы и методы обучения иностранному языку, мотивация.

Elizaveta A. Prokop'eva
Peter the Great Saint-Petersburg
Polytechnic University

ASPECTS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES TO ADULT LEARNERS

Abstract. Due to the developing process of globalization, the democratization of societies, as well as the expansion of international trade and cooperation of countries, there is a need to learn foreign languages. More and more teachers are facing difficulties while teaching foreign languages to adult students. Aspects such as the formed life position of students, the purpose of learning or lack of time due to working hours can complicate the learning process. The article is a systematization of the results of a review of best practices and research in the field of teaching in order to examine the reasons that encourage adults to learn foreign languages, as well as the features and difficulties of such training.

Keywords: forms and methods; foreign language training, motivation to learn, student's motivation, lifelong learning.

Due to globalization, expansion of international relations and cooperation with other countries' economies, politics and cultures, more and more adult people feel the need of knowing a second language.

In the last century a new pedagogical direction, which is called «andragogy», appeared. The word comes from the Greek ἀνδρ- (andr-), meaning “man”, and ἀγωγός (agogos), meaning “a leader of”. This term refers to methods and principles used in adult education.

It is a scientific fact that people in adult age learn second languages less effectively than when they are young [1]. Knowing the specific features of andragogy would help to use methodological techniques effectively and solve the problem of optimizing the educational process.

The aim of the article is to formulate the main recommendations for those who teach foreign languages to adults based on key issues relevant to this process.

Methodologically, this article represents a systematization of the result of a review of best practices and studies in the field of teaching to generate new frameworks, knowledge and perspectives through critical analysis and synthesis of recent literature. (Zmeev S.I., Kolesnikova I.A., Popkova E.M., Kukuev A.I.)

As a start let's figure out what kind of phenomenon it is — “adulthood” - and who an adult is. There is practically no single scientific basis for age classification for the post-school stage of life. Usually, the cumulative age differences are set either conditionally by allocating quantitative frames (up to 30, from 30 to 45, 65, after 75, etc.), or traditionally: youth, maturity, old age [2]. Some scientists understand age as a form of development [1]. At the same time, the concept of age acquires a regulatory meaning and is constructed within the framework of a certain social practice, in which education occupies an important place.

Thereby, adulthood is not just a certain period in life, but also a special state, the essential signs of which are meaningfulness and responsibility for their actions. Education plays an essential role in acquiring such a state. In this sense, the international term “lifelong education” is extremely accurate.

Undoubtedly, everyone who wants to learn foreign languages has their own motivation, but in general, it is possible to identify the main areas of students' needs.

1. First of all, educational motivation in adulthood depends on a person's social status and type of activity. Nowadays, foreign language skills allow you to move up the career ladder or to change your place of work on the international level. More and more companies are becoming global and cooperate with foreign companies, which creates the need for personnel who speak a foreign language. Thus, the first and most common type of motivation for teaching a foreign language to an adult is a career.

2. Travel. A lot of people have a need to travel. For someone it is a vacation with a frequency of 1 time a year, and for someone it is a main hobby. The ability to speak different languages allows you to spend time traveling much more comfortably and freely, make new acquaintances and socialize in another country without any problems [1].

3. Emigration. For various reasons, people emigrate from country to country. Some leave for a long period, some for permanent residence. For a more comfortable adaptation in a new society, speaking a foreign language is necessary.

4. Parenthood. Surprisingly, some adults turn to learning a foreign language in order to further educate their children and help them with language learning.

5. Self-affirmation. Many adults feel the need of learning a foreign language to assert themselves. Such a need for self-actualization can bring the process of learning a foreign language to a new, previously unknown level.

6. Globalization. Another important factor is globalization in the everyday sense. It is worth noting that the trend of watching movies and TV series in the original is emerging. Also it can be related to reading scientific and fiction literature in the author's language. More and more products and devices for household use are supplied with extended instructions in a foreign language, which causes inconvenience to a person without any foreign language skills.

When teaching adults a foreign language, attention should be paid to the following aspects:

– From the psychological point of view, the assimilation of a foreign language in adults is more difficult than in children and adolescents [3]. There are objective reasons for this belief associated with natural age-related processes that slow down brain reactions and reduce the ability to memorize and perceive information. It takes much more effort from an adult to take in new grammar rules and lexical units than from a child. As a result, it is not a quick process.

– It is necessary to take into account the fact that adults have their own formed life experience and their own point of view on many issues. It is important to use discussion conversations when everyone will express their opinion.

– Often the desire to learn is imposed on adults by various circumstances or people. Therefore, adult learners may feel the need to justify proficiency of foreign language in their life. Studying will be effective only when they have their own internal motivation.

– At the initial stage of language learning, adults still have a strong motivation, however, over time and when faced with difficulties and same educational process all the time, it may fade away. So the process of learning should be integrated with individual, group and collective activities. Instead of traditional lecture classes, andragogy mainly provides practical classes, that is why it is important to focus students on solving practical problems that somehow reflect life problems and their solutions [4, p. 12].

– In addition to the above objective features, there are also subjective ones. For example, fears related to the perception of adults as students. It happens due to the peculiarities of the human nervous system: with age, people's feelings of themselves as individuals change and a lot of adult learners may feel uncomfortable in the role of a student. It is crucial for a teacher to create an atmosphere so that students do not feel like strangers and involve them in the communication process. Encouragement, advice and communication from the teacher will help to overcome the barrier of fear and feel good during the learning process.

For example, to break the ice and maintain motivation to learn, a teacher can arrange a game. In order to optimize and diversify adult education, I have selected three games that in my opinion are the most effective for learning and do not require much effort and materials. These games would not only make a lesson more amusing for adult students but also assist educational process by helping learners to remember new words, grammar structures and collocations:

– Alias - a game in which you need to explain a word to your team mate without using movements or single-root words. This game can be used to activate vocabulary on a specific topic, as well as to develop speaking skills in general. This practice has a good effect on the development of spontaneous speech and fluent speaking.

– Hangman – a good way to train a semantic guess, memorize the “spelling” of the words and simply consolidate vocabulary on a lesson's topic.

– Board Race. Teams divide the board into parts (each team has its own corner). A teacher gives some topic, for example, the one that was a couple of classes ago. Each team should write as many words as possible about this topic.

At first glance, it may seem that the words “adult” and “a game” are not compatible in the same sentence. But a teacher who has learned how to use games in the classroom and harmoniously integrate them into the learning process knows that games bring variety and liveliness to the lesson, without which it is impossible to study any language productively. To maintain the spirit of competition, you can promise small prizes (sweets are a great option).

All of the above allows us to form the following points that can be taken into account in the educational process when teaching adults a foreign language:

– Foreign experts in the field of teaching foreign languages believe that the educational goal and educational tasks should be “SMART”. This abbreviation means: S (specific) – specific, M (measurable) – measurable, A – achievable) – achievable, R (relevant) – relevant, suitable for this target category, T (time-bound) – time-limited, time frame. The abbreviation is also consonant with the English word “smart”. This approach is the leading one not only for setting goals and objectives for a particular lesson, but also for drawing up training programs [5].

– To conduct not only linguistic testing but a psychological one as well in order to identify the characteristics of students and determine the optimal forms and methods of teaching this group of students.

– Teachers should pay attention to active teaching methods such as games, debates, and group discussions in the educational process, creating comfortable conditions for the interaction of all students.

– During educational course teachers should equip students with various techniques to provide ability of self-education in a foreign language after the end of classes.

References

1. Колесникова И. А. Основы андрагогики // Академия. – 2007. – 240 с.
2. Andragogy [e-resource]: Wikipedia. The free encyclopedia. – URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Andragogy> (request date: 19.03.2022).
3. Попкова Е. М. Содержательные компоненты успешности в обучении взрослых иностранному языку // Педагогические науки. – 2009. – № 6. – С. 66–69.

4. **Ферсман Н. Г.** Формирование и развитие инновационного (творческого) мышления специалистов в системе постдипломного образования (в рамках курса иностранного языка) // автореферат дисс. на соискание уч. ст. канд. пед. наук/ Санкт-Петербургский политехнический университет. – СПб., 2010.

5. **Bjerke M. B., Renger R.** Being smart about writing SMART objectives // Evaluation and Program Planning. – 2017. – Vol. 61. – pp. 125–127.

6. **Змеёв С. И.** Андрагогика: основы теории и технологии обучения взрослых. – М.: ПЕР СЭ, 2003. – 207 с.

7. **Кукуюев А. И.** Андрагогический подход в педагогике. – Ростов-на-Дону.: ИПО ПИ ЮФУ, 2009. – 328 с.

Elizaveta A. Prokop'eva – student, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia. E-mail: proliza@bk.ru, +79219296178.

УДК 372.881.1

*Анастасия Сергеевна Просвирнина,
Наталья Геннадиевна Ферсман*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ИЗУЧЕНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ОНЛАЙН: ИНСТРУМЕНТЫ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ И СЛОЖНОСТИ

Аннотация. В настоящее время цифровые методы изучения английского языка становятся более распространены. В настоящей статье рассмотрены инструменты изучения английского языка онлайн, а также приведены причины роста их популярности. Главной целью работы является обзор современных инструментов изучения английского языка, таких как платформы и мобильные приложения (например, Quizlet, Memrise, DuoLingo и т.д.), а также рассмотрение их эффективности. Для достижения этой цели было осуществлено изучение литературы по теме, а также проведен онлайн-опрос. В статье также даны рекомендации по самостоятельному изучению английского языка.

Ключевые слова: Изучение английского языка онлайн, онлайн-обучение, цифровые инструменты изучения английского языка.

A. S. Prosvirina, N. G. Fersman
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

LEARNING ENGLISH ONLINE: TOOLS, EFFECTIVENESS, AND PROBLEMS

Abstract. Nowadays, the popularity of digital methods of education is increasing. The article discusses modern tools of learning English online and the reasons of its popularity rate. The main purpose of the article is to review the modern tools of learning English online, such as platforms and mobile applications (Quizlet, Memrise, DuoLingo, etc.) and to determine their effectiveness. In order to achieve the aim of the research, an anonymous survey was carried out and a literature review was conducted. The research is based on the literature review and an anonymous survey. The recommendations on learning English online are given.

Keywords: Learning English online, eLearning, tools of learning English online.

Introduction

Nowadays, learning English online can be considered as a trend among the majority of learners. Taking recent COVID-19 pandemic and other geopolitical issues into consideration, traditional methods of teaching and learning appear to be compromised. Digital learning, otherwise, is fairly reliable. However, despite its popularity and abundance of learning English online methods, its efficiency is relevant issue. The article reviews the tools of digital learning and considers the efficiency of such methods. An emphasis is made on the experience of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University students.

Materials and methods

The research is based on the literature review and an anonymous online survey.

Such articles as «Research on the effectiveness of English online learning based on neural network» [1] and «The benefits of gamification

in the English learning context» [2] were chosen as reliable research, connected with the topic of gamification and online education and published in last decade. The articles related to the subject were thoroughly examined and the results were taken into account as a basis of the research.

The focus group of the survey consisted of 40 students of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University. The survey was anonymous and conducted via Google Forms. The question base consisted of the following questions: «Do you study English?», «Which methods do you use?», «Which tools do you use?», «Do you believe this approach is effective?»

Results

According to the results of the survey, learning English is quite popular among students. 87.5% of the respondents are engaged in learning English, with almost 60% respondents using online learning or blended learning methods. Only 12.5% are not currently studying English but show interest in such activity (Fig. 1).

The next question was aimed at the uncovering the methods used by the learners. It is notable that 72.5% of the respondents have chosen self-education using online platforms as their learning format (Fig. 2).



Fig. 1. Learning English Popularity

Thus, the most popular platforms among the respondents are Quizlet (85% are familiar with the platform), Skyeng (80%), and DuoLingo (77.5%). PuzzleEnglish (50%), Memrise (25%), and Tandem (22.5%) are also used by the learners (Fig. 3).

Learning English online is a complex activity [3]. The process of learning a language implies improvement of all the 4 skills: listening, reading, writing, and speaking. Most of the platforms implement gami-

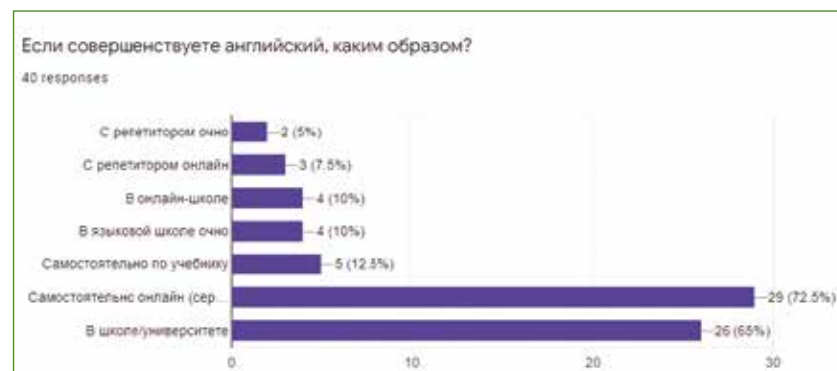


Fig. 2. Methods of Learning English

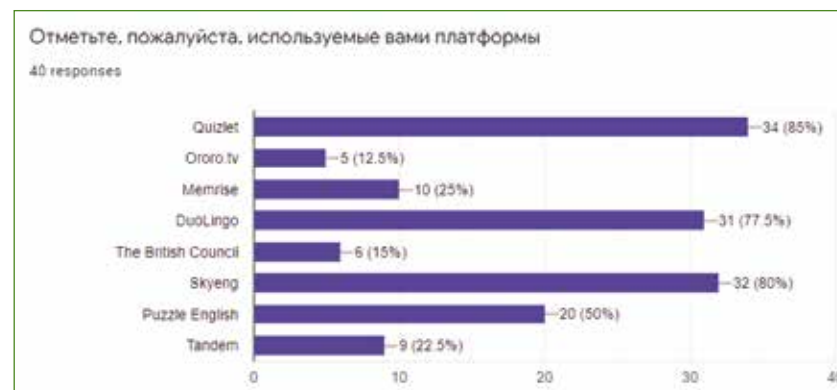


Fig. 3. Learning English Online Tools

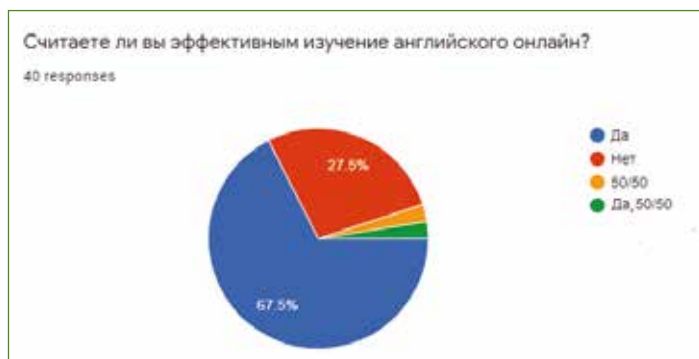


Fig. 4. Effectiveness of Learning English Online

fication methods, making the educational process more learner-friendly and interesting for the learners.

Quizlet is a platform aimed at the vocabulary building using the flashcards with the words on one side and their translation or explanation on the other. Being the most popular platform, it also proves efficient: memorizing new vocabulary with the flashcards, especially for visual learners, can be considered an efficient method. The platform also proposes rates based on the scores gained by learners as well as several mini games aimed at the vocabulary building. **Memrise** is a less famous alternative with similar goal. However, the gamification methods are different: the platform uses a metaphor of growing a flower which symbolizes the process of learning the words. The ratings are also available for the users.

Skyeng is an online school allowing students to find their own tutor online. The main benefit of the platform is pre-prepared lessons which lead to the teachers being more focused on the lesson itself, not its preparation. The school also proposes the policy of 90/10, meaning that the student is to speak 90% of time of the lesson leaving the teacher only 10%. Between the lessons, a learner has an opportunity to complete grammar- and vocabulary-oriented exercises. **PuzzleEnglish** is an alternative proposing similar opportunities with one exception: the platform offers more exercises and courses designed for self-learning.

DuoLingo is an application for English learning. The developers actively implicate gamification methods: the points and rating systems are promoted. The problem of lack of self-control is being solved via notifications sent to remind o pay attention to the course.

The last platform under consideration is **Tandem**. This application is aimed at developing speaking skills. The users can find native speakers and other English learners from other countries and get acquainted in order to practice English. The text chat and voice messages are available.

It is also notable that nowadays English learners living in Russia compensate lack of listening practice by watching TikTok and YouTube videos as well as movies and series in English [4].

A question of the efficiency of the above-mentioned methods was also brought up. According to the survey, only 67.5% of the respondents consider online learning efficient.

The additional questions have clarified the main reason. The main factors are lack of individual control and lack of practice.

While talking about learning English online, it is obvious that both advantages and disadvantages are present. Most of the learners choosing online tools as the main learning method face all the difficulties of self-education strategy [5]. Those include lack of motivation resulting in poor discipline, insufficient and inadequate training of specific language skill, and lack of speaking practice. The advantages are convenience, accessibility, and the variety of eLearning methods.

Conclusion

Thus, self-education is an approach requiring thorough attention. Learning English means improving all 4 types of skills: listening, reading, writing, and speaking. Omitting any of them would result in poor achievements. Without a professional guide such as a tutor, it becomes the task of a learner to ensure enough practice of all the skills. The recommendation would be to combine several platforms in order to develop all the skills. For example, Quizlet and Memrise can be used as the tools aimed at the vocabulary building, Tiktok and YouTube videos as a way of gaining listening practice, and Tandem as a way of obtaining

both listening and speaking practice. Grammar skills can be improved by completing the exercises presented in such mobile apps as PuzzleEnglish or DuoLingo. This combination of various resources is only an example of improving all the skills, and all the platforms mentioned may be replaced by the known alternatives.

Taking everything into consideration, it is fair to conclude that learning English online has already become quite popular and the rate of this trend is only rising. None of the disadvantages can be considered insurmountable and with the correct mix of the resources the effect can be quite positive.

References

1. **Peng N.** Research on the effectiveness of English online learning based on neural network. // *Neural Computing and Applications*. – 2022 – № 34. – P. 1–12.
2. **Rahmani, E.** The Benefits of Gamification in the English Learning Context. // *IJEE (Indonesian Journal of English Education)*. – 2020 – № 7. – P. 32–47.
3. **Землинская Т. Е., Ферсман Н. Г.** Использование интерактивных методов в обучении иностранному языку в контексте межкультурной коммуникации / *Общество. Среда. Развитие // Научно-теоретический журнал: Изд-во Астерион* – 2013. – № 2. – С. 193–196.
4. **Teng M. F.** Incidental L2 vocabulary learning from viewing captioned videos: Effects of learner-related factors // *System*. N 105. – Vol. 4 – 2022. – P. 105.
5. **Saraeva N.** The role of digitalization in the process of teaching a foreign language and in the formation of a foreign language competence of future specialists // *1st International Conference on Technology Enhanced Learning in Higher Education (TELE)*. – 2021. – P. 104–106.

Anastasia S. Prosvirina – student, Faculty of Business Informatics, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia. E-mail: asyapros@gmail.com.

Natalia G. Fersman – Associate Professor, Higher School of Engineering Pedagogy, Psychology and Applied Linguistics, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia. E-mail: fersman_ng@spbstu.ru.

УДК 37.013

Анна Алексеевна Старожук
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ НА ОСНОВЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КЕЙСОВ

Аннотация. Статья посвящена вопросу исследования профессиональной идентичности педагога иностранного языка. Процесс становления профессиональной идентичности является комплексным и состоит из нескольких компонентов, таких как когнитивный, мотивационный и ценностный. Недостаточная сформированность профессиональной идентичности может вызвать ряд проблем в педагогической практике. Для повышения уровня профессионального самоопределения предлагается применять педагогические кейсы, увеличивая тем самым варианты выхода из сложных ситуаций в учебном процессе. Педагогические кейсы влияют на уровень знаний преподавателей, уровень оценки профессиональных возможностей для самореализации, актуализации и на уровень оценки своих действий в той или иной ситуации.

Ключевые слова: профессиональная идентичность, мотивация, самоопределение, преподаватель иностранного языка, педагогический кейс.

Anna A. Starozhuk
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

FORMATION OF PROFESSIONAL IDENTITY OF TEACHERS OF FOREIGN LANGUAGES BASED ON PEDAGOGICAL CASES

Abstract. The article is devoted to the study of English language teachers' professional identity. The process of professional identity formation is complex and consists of several components, such as cognitive, motivational and value. Insufficient formation of professional identity can cause several problems in pedagogical practice. To increase the level of professional self-determination, it is proposed to use pedagogical cases. Pedagogical cases influence on the

level of teachers' knowledge, the level of assessment of professional opportunities for self-realization and the level of assessment of their actions in each situation.

Keywords: professional identity, motivation, self-presentation, foreign language teacher, pedagogical case.

Вопрос исследования профессиональной идентичности находится в центре внимания не одно десятилетие начиная с 80-х гг. XX в. [1; 2; 3]. Актуальность темы исследования профессиональной идентичности (ПИ) на современном этапе связана со следующими факторами: решение проблем взаимопонимания, взаимодействия между учителем и обучающимися, преподавателем и студентами, появлению профессионального выгорания в работе педагогов из-за недостатка профессиональной идентичности [4]. Данное исследование направлено на изучение проблемы становления профессиональной идентичности преподавателей иностранного языка в условиях профессионального обучения в высшем учебном заведении на уровне магистратуры.

Формирование профессиональной идентичности любого человека происходит как полноценный процесс, затрагивающий не только профессиональное развитие, но и личностное, а именно определяющее мировосприятие и поведение. В настоящее время исследование деятельности и личности педагога, его педагогического мастерства, а также непосредственно проблема профессиональной идентичности педагогов рассматривалась такими учеными: Ю. П. Азаров, В. Ф. Гоноболин, А. А. Деркач, М. М. Кашапов, Е. А. Климов, А. Г. Ковалев, Н. В. Кузьмина, Н. Д. Левитов, А. В. Лесик, М. М. Павлюк, Ю. П. Поваренков, А. А. Реан, Н. Л. Регуш, М. А. Реньш, В. А. Сластенин, И. В. Страхов, А. И. Щербаков, Е. А. Яблокова. В труде В. А. Сластенина профессиональное сознание рассматривается с помощью анализа разных сторон личности учителя и его профессиональной деятельности, а также формирует границы и перспективы личностного смысла [5]. Кроме того, стоит отметить, что во многих исследованиях отмечается становление профессиональной идентичности только в высшем учебном заведении. Так, например, Ю. П. Поваренков выделяет

три стадии становления профессиональной идентичности, которые берут свое начало с первого курса обучения в вузы и оканчиваются уже в процессе профессиональной деятельности [6]. Многочисленные исследования отечественных и зарубежных авторов говорят о разнообразии теоретических концепций и подходов к изучению профессиональной идентичности педагогов, однако отсутствует единая целостная непротиворечивая концепция профессиональной идентичности.

Знаниевая составляющая профессиональной идентичности также находится в фокусе внимания исследователей и организаторов образовательного процесса, например, М.В. Николаевой, Т. В. Лучинкиной, Л. Э. Семеновой, Л. Б. Шнейдер и другими. Из данных трудов можно вывести определение ПИ как комплексного процесса, затрагивающего также определенный временной промежуток, который варьируется по длительности от индивида к индивиду.

Профессиональную идентичность можно представить в виде структуры, включающей три компонента: когнитивный, мотивационный и ценностный. В различных ситуациях, в зависимости от возрастных и психологических особенностей обучающихся, психологической обстановки в группе и других факторов отдельные компоненты играют ведущую роль, а другие второстепенную [7]. Несмотря на преобладание отдельных компонентов и наличие противоречивых отношений между ними, они все равно действуют, как целостное образование, функция которого состоит в том, чтобы помочь субъекту разобраться в проблемах своего профессионального становления и реализации.

Первый компонент структуры профессиональной идентичности характеризует отношение человека к себе как к будущему и действующему профессионалу [7]. Здесь следует выделять два вида самооценки: реальную и идеальную. В данном случае происходит частичный перенос реальной концепции на идеальную, вследствие чего реальная меняется и приобретает чувство профессиональной идентичности, которое далее развивается, опираясь на все современные реалии.

Второй компонент структуры характеризует отношение человека к содержанию, условиям профессиональной деятельности и профессионализации в целом [7]. Важным элементом является представление человека об идеальном мотивационном потенциале в профессиональной деятельности. На это представление проецируется представление человека о реальных возможностях определенной профессиональной деятельности, по удовлетворению своих потребностей и созданию условий для самореализации.

Третий компонент структуры профессиональной идентичности связан с оценкой отношения человека к системе ценностей и норм, традициям и ритуалам, характерным для каждой профессиональной общности по-своему [7]. В данном случае происходит перенос системы профессиональных ценностей и позиций на идеальное представление о ценностях и позиций, которые, по мнению субъекта, характерны для конкретной профессиональной общности. На основе сопоставления ценностей делается вывод об уровне профессиональной идентичности и её формировании. В то же время, на основе принятия ценностей профессиональной общности и их сопоставления с индивидуальными, происходит корректировка и развитие последних.

ПИ играет значительную роль в успешной организации своего профессионального пути, кроме того, проявляется в самоактуализации личности, когда сотрудник проявляет высокую мотивированность в профессиональной деятельности [8]. Термин ПИ включает в себя как сочетание качества содержания профессии, обеспечивающее индивиду достижение желаемого уровня профессионального роста и профессионализма, так и применение полученных навыков и умений в измененных условиях деятельности.

Профессиональная идентичность педагога формируется не только благодаря взаимодействию с профессиональным сообществом, но и в процессе приобретения опыта и знаний о том, как следует учить. Вместе с приобретаемыми компетенциями меняется и личность преподавателя – фактор, который, по мнению ученых, чрезвычайно важен в понимании мотивации и изменений, происходящих с личностью преподавателя [9].

Рассматривая область подготовки преподавателей иностранного языка, также стоит отметить, что данная «проблема идентичности» всегда занимала серьезное место в процессе обучения профессии. Преподавание иностранного языка как работа вызывает потребность в коррекции идентичности в зависимости от среды, в которой проводится обучающий процесс. Именно поэтому, процесс преподавания иностранного языка зачастую включает в себя приобретение второй идентичности наряду с другими типами идентичности, здесь мы сталкиваемся с термином вторичная языковая личность. Под данным термином понимается личность, которая формирует у себя языковое сознание, у нее выстраивается соответствие между иностранным и родным языками [10]. «Результатом любого языкового образования должна явиться сформированная языковая личность, а результатом образования в области иностранных языков – вторичная языковая личность как показатель способности человека принимать полноценное участие в межкультурной коммуникации» [10, с. 65]. Все преподаватели иностранного языка помимо их родных национальных этнических и национально-культурных специфик приобретают и в какой-то мере идентичность другой культуры, в том числе, это сказывается на формировании ПИ педагога иностранного языка.

Нравственные профессиональные ориентиры помогают в становлении ПИ. Если педагог четко представляет собственную позицию в профессиональной среде, она его удовлетворяет, и он в этой позиции высоко оценивается окружающими, можно делать вывод о сформированной идентичности. Если позиция не определена, педагог не уверен в том, «каким быть», одновременно получает противоречивую обратную реакцию со стороны окружающих, следует говорить о неявной идентичности. Когда позиция педагогом определена, но низко оценивается окружающими, речь идет о негативной идентичности.

В целом, формирование профессиональной идентичности всегда проходит через кризис идентичности. Здесь стоит отметить существование конструктивного и деструктивного типов кризиса идентичности [4]. Первый характеризуется возникновением раз-

личный сложившейся структуры идентичности новым условиям функционирования личности при сохранении личностной открытости. Однако в этом случае человек активно ищет другие пути идентификации, например, социальной или личностной. В данной ситуации обычно результатом все же достигается новая идентичность. При деструктивном типе кризиса человек полностью отказывается что-либо менять в себе, абсолютно не принимает никакие изменения и не готов к личностным поискам. В итоге такое поведение ведет к социально-психологической дезадаптации, к негативным эмоциональным состояниям, депрессиям и обострению различных заболеваний.

Кроме того, ученые выявили парадоксальную закономерность: для представителей социально-ориентированных профессий, к которым как раз и относится профессия педагога, характерно формирование закрытого типа идентичности. Этот тип отличается отсутствием внутренней конфликтности, отсутствием стремления к самоизменению, склонностью к защите своего «Я». [12]. С одной стороны, кажется, что постоянная коммуникация в данной профессии должна способствовать сохранению открытости новому, однако по статистике случается все наоборот: большое количество коммуникативной деятельности способствует закрытости индивида. Следовательно, связано это с психо – эмоциональным уровнем педагога, который устает от ежедневного общения с множеством людей. Этот фактор, без сомнения, также сказывается на профессиональной идентичности педагога.

ПИ как критерий профессионального развития свидетельствует о качественных и количественных особенностях принятия человеком: а) себя как профессионала; б) конкретной профессиональной деятельности как способа самореализации и удовлетворения потребностей; в) системы ценностей и норм, характерных для данной профессиональной общности [11].

Для повышения уровня профессиональной идентичности представляется методически оправданным применять различные типы педагогических кейсов. Определить данный термин можно следующим образом: педагогический кейс – это предложенный случай,

происходящий в педагогической практике, в котором возникает проблем или конфликт. В кейсе подробно представлены фактические обстоятельства, детали происшедших событий, даны характеристики участников, отражена суть проблемы. Далее предлагается решить кейс или проанализировать уже имеющееся решение.

В качестве примера возьмем следующий педагогический кейс: урок английского языка. Перед учителем не только его группа, но и группа заболевшего учителя. Ребята ведут себя неподобающим образом: говорят в полный голос, ругаются, перекидываются записками, самолетиками и т. д. Особенно выделяется один мальчик. Учитель, стараясь не обращать внимания, ведет урок, время от времени грозя всем двойками, директором и родителями.

Очередное задание – подготовить пересказ текста. Через какое-то время учительница спрашивает самого шумного ученика, готов ли он к пересказу. Тот отвечает, что может пересказать только первое предложение. Учитель: «Значит, я ставлю тебе два». Ученик: «Нет, в таком случае я перескажу». Учитель: «Поздно. Раньше надо было думать». Ученик: «Да я перескажу». Такая ссора продолжается еще несколько минут, в результате учительница ставит двойку, а ученик, обругав ее, хлопает дверью. Учитель продолжает вести урок, не давая никакой реакции.

Здесь имеет место целый набор педагогических ситуаций, причем видно, что отношения между учителем и учениками второй группы давно запущены. Но если говорить о последней, то учитель откровенно сорвал свою злость.

В данной ситуации наиболее правильным решением было бы спросить пересказ, если ученик решил попробовать. Успокоить же сильно мешающего уроку ученика можно, дав ему какое-нибудь достаточно сложное для него задание, за которое в конце урока он получит оценку. Здесь было важно оценить ученика с психологической точки зрения, ведь он явно привлекал к себе внимание, кроме того, не использовать манипуляции и угрозы плохими оценками, вызовом родителей и прочим. Из этой ситуации можно сделать вывод, что учитель не был заинтересован и замотивирован в сохранении положительных взаимоотношений с другой группой.

Применение педагогических кейсов со студентами, которые находятся в процессе формирования профессиональной идентичности педагога иностранного языка, является основным фактором повышения уровня ПИ. По данным проведенного анкетирования, в настоящее время, студенты затрудняются в решении сложных ситуаций, в первую очередь это обусловлено отсутствием большого количества педагогического опыта. Кроме того, зачастую студенты обращаются к опыту из своей жизни, например, как в их процессе обучения решались подобные проблемы, но при этом студенты не владеют всеми психологическими, правовыми, социальными аспектами решения подобных проблем. Введение различных педагогических кейсов может помочь в повышении уровня ПИ и нахождения выхода из любой сложной или конфликтной ситуации.

Нам представляется, что использование кейсов можно рассматривать как один из инструментов, способствующих формированию ПИ на уровне знаний (методических, психологических, правовых), на уровне оценки профессиональных возможностей для самореализации, актуализации, на уровне оценки своих действий в той или иной ситуации (соответствие действий собственным нравственным установкам педагога, традициям, ритуалам, поведенческим нормам). Выбор типологии кейсов, способ их использования в образовательной практике будущих педагогов, их влияние на формирование компетенций, лежащих в основе ПИ, может стать темой дальнейшего исследования.

Библиографический список

1. **Canrinus E. T.** Teachers' Sense of Their Professional Identity. PhD Thesis. – Groningen: Rijksuniversiteit Groningen, 2011.
2. **Goodson I. F., Cole A. L.** Exploring the teacher's professional knowledge: Constructing identity and community // *Teacher Education Quarterly*. – 1994. – № 21. – P. 85–105.
3. **Beijaard D., Meijer P. C., Verloop N.** Reconsidering research on teachers' professional identity. *Teaching and Teacher Education*. – 2004. – № 20. – P. 107–128.

4. **Антонова Н. В.** Особенности идентичности субъекта социальноориентированных профессий в условиях социальных изменений // *Социальная психология труда: Теория и практика*. – 2010. – 211 с.

5. **Сластенин В. А. и др.** Педагогика Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, Е. Н. Шиянов; Под ред. В.А. Сластенина. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 576 с.

6. **Поваренков Ю. П.** Психологическое содержание профессионального становления человека, 2002.

7. **Бугайчук Т. В.** Профессиональная идентификация будущего преподавателя на современном этапе развития образования: структура и характеристика // *МНИЖ*. 2013. № 8-2 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-identifikatsiya-buduyuschego-prepodavatelaya-na-sovremennom-etape-razvitiya-obrazovaniya-struktura-i-harakteristika> (дата обращения: 11.03.2022).

8. **Берберян А. С., Богданова Т. В., Сильченкова С. В., Ермолаева Е. Б., Варданян Н. Т.** Международное исследование профессиональной идентичности педагога // *Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования*. Т. 19, № 3, 2019.

9. **Gur T.** A discourse analysis: Professional identity development of language teacher candidates. *Educational Research and Reviews*, 2014, № 9(15), pp. 510–515.

10. **Халеева И. И.** Вторичная языковая личность как реципиент инофонного текста // *Язык – система. Язык – текст. Язык – способность*. М.: РАН ИРЯ, 1995. С. 7–286. 3, с. 65.

11. **Мищенко Т. В.** Становление профессиональной идентичности у студентов педагогического вуза: дис. канд. псих. наук – Ярославль, 2005.

12. **Захарова Л. Н., Соколова В. В.** Профессиональная компетентность учителя. Н. Новгород, НГЦ, 2005, – 198 с.

Старожук Анна Алексеевна – магистр, кафедра «Высшая школа лингводидактики и перевода», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: ann_starozhuk@mail.ru.

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ КАК СТРУКТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

Аннотация. В данной статье предпринята попытка привести сущностную характеристику феномена «прагматическая компетентность». Обоснована актуальность данной темы. Особое внимание автором уделено анализу имеющихся точек зрения на сущность и структуру феномена «прагматическая компетентность как структурный компонент иноязычной коммуникативной компетенции». С целью анализа и содержания основного понятия данного исследования «прагматическая компетенция/компетентность» был проведен анализ психолого-педагогической справочной литературы. Установлено, что до сих пор отсутствует понятие «прагматическая компетенция/компетентность» или «прагматическая компетентность как структурный компонент иноязычной коммуникативной компетенции». В результате проведенного исследования автором представлено собственное видение «прагматичной компетентности как структурного компонента иноязычной коммуникативной компетенции», а также структуры этого феномена, являющимися ведущими для данного исследования.

Ключевые слова: прагматическая компетентность, компоненты прагматической компетентности, структура прагматической компетентности.

*Cai Xianhui*Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

PRAGMATIC COMPETENCE AS A STRUCTURAL COMPONENT OF FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCE

Abstract. This article attempts to give an essential characteristic of the phenomenon of «pragmatic competence». The relevance of this topic is substantiated. The author pays special attention to the analysis of the existing

points of view on the essence and structure of the phenomenon «pragmatic competence as a structural component of foreign language communicative competence». In order to analyze and maintain the basic concept of this study «pragmatic competence/competence», an analysis of psychological and pedagogical reference literature was carried out. It is established that there is still no concept of «pragmatic competence/competence» or «pragmatic competence as a structural component of foreign language communicative competence». As a result of the research, the author presents his own vision of «pragmatic competence as a structural component of foreign language communicative competence», as well as the structures of this phenomenon, which are the leading ones for this study.

Keywords: pragmatic competence, components of pragmatic competence, structure of pragmatic competence.

Образование – основа развития личности, общества, нации и государства, а также залог будущего страны. Сегодняшние социокультурные и экономические обстоятельства обуславливают новые требования к подготовке специалистов по иноязычным специальностям [1-3]. Общество нуждается в специалистах, которые призваны отвечать требованиям специфики профессиональной деятельности, а также быть способными осуществлять взаимодействие с представителями из разных сфер деятельности, то есть способных проанализировать, понять коммуникативную установку, например, отправителя, или вызвать у иноязычного респондента реакцию, отвечающую коммуникативной установке, что выходит за пределы простого знания иностранного языка (ИЯ) и культуры. Следовательно, проблема формирования «прагматической компетентности (ПК) как структурного компонента иноязычной коммуникативной компетенции (ИКК)» актуальна.

Прежде чем перейти к рассмотрению сущности и структуры феномена «ПК как структурный компонент ИКК», обратимся к понятию «прагматика», которое легло в основу возникновения термина «прагматическая компетентность» в научной литературе.

Прагматика (от гр. прагма – дело, действие) – межнаучная область знаний, изучающая социокультурные, ситуативно-поведенческие, статусные, психологические, когнитивные и языковые

факторы коммуникативного взаимодействия субъектов и отношение их к средствам этого взаимодействия. Человеческий фактор является основным понятием в прагматике, а сама прагматика изучает все условия, при которых человек использует языковые знаки. Прагматика способствует выявлению условий адекватного выбора и использования языковых единиц для достижения конечной цели коммуникации – влияния на респондента.

В современной психолого-педагогической справочной литературе до сих пор отсутствуют понятия «прагматическая компетентность», «прагматическая компетенция», «прагматическая компетентность как структурный компонент ИКК». Что касается понятия «прагматическая компетентность» или «прагматическая компетенция», употребляемое современными отечественными исследователями в аспекте профессиональной иноязычной подготовки или профессиональной иноязычной коммуникации, то существуют некоторые разногласия в понимании этого феномена.

По некоторым исследованиям [4; 5] «прагматическая компетентность» предполагает использование говорящим языковых и паралингвистических средств, которые адекватны ситуации и среде общения, среди которых выделяют: внешние проявления чувств и эмоций (мимика – движение мышц лица, жестикулирование – движение отдельных частей тела, пантомимика – моторика всего тела (кинесика)); прикосновение в ситуации общения (пожатие руки, похлопывание по плечу (такесика)); нормы пространственной и временной организации (проксемики); акустические характеристики качества голоса (тембр, высота, громкость, интонация, фразовые и логические ударения (паралингвистика)); добавление к речи пауз, смеха, любви и т.д. (экстралингвистика). В этом смысле «прагматическая компетентность» – это владение говорящим знаниями языкового и паралингвистического характера и его способность использовать эти знания для воздействия на собеседника в процессе иноязычной коммуникации.

Другие исследователи [6; 7] рассматривают «прагматическую компетентность» как составляющую ИКК, которая раскрывает коммуникативные намерения говорящего, условия общения, фор-

мирует способность использовать высказывания в определенных речевых актах, соотнося их с интенциями и условиями общения.

Также существует точка зрения, что «прагматическая компетентность» является составной частью «коммуникативной компетентности» [8] или «языковой коммуникативной компетентности» [9]. В первом случае «прагматическая компетентность» определяется как готовность и желание личности взаимодействовать с другими, способность к рефлексии и способность справиться с конкретной ситуацией. В последующей интерпретации «прагматическая компетентность» выражается в способности к осуществлению речевого общения, обусловленному коммуникативными целями. Таким образом, этот феномен рассматривается как готовность личности к социальному взаимодействию.

Под «прагматической компетентностью» понимается ситуационная динамическая информационная структура (т. е. комбинация компетенций) в сознании будущего специалиста, способствующая оказанию определенного влияния на адресата (в соответствии с коммуникативной установкой отправителя). «Прагматическая компетентность как структурный компонент ИКК» – информационная структура, состоящая из информации (знаний, умений, опыта), усвоенной будущим специалистом при обучении в высшем учебном заведении.

Опираясь на анализ научных источников, представляется важным отметить, что «прагматическая компетентность как структурный компонент ИКК» состоит из следующих компетенций, которые легли в основу определения нами компонентов этой компетентности: языковая компетенция; речевая компетенция; иноязычная речевая компетенция; переводческая компетенция; социокультурная компетенция; стратегическая компетенция; операциональная компетенция; экстралингвистическая компетенция.

В реальном профессиональном иноязычном общении эти компетенции приобретают определенную структуру (в зависимости от конкретной профессиональной ситуации), разворачиваются в мысль (идею, замысел), достраиваются в соответствии с получен-

ной ситуацией и реализуются как ситуационная информационная комбинация – «прагматическая компетентность». При отсутствии в сознании респондента той или иной компетенции возникает риск коммуникативной неудачи в профессиональном иноязычном общении.

Выводы. Подытоживая все сказанное, представляется важным отметить, что на основе анализа научных позиций проанализированы имеющиеся точки зрения на сущность и структуру феномена «прагматическая компетентность как структурный компонент иноязычной коммуникативной компетенции». В результате анализа стало очевидным, что понятие «прагматическая компетентность/прагматическая компетенция как структурный компонент ИКК» не до конца определено на современном этапе и требует дальнейшего исследования и уточнения; определено авторское понимание «прагматическая компетентность как структурный компонент ИКК» и структуры этого феномена. На взгляд исследователя, «прагматическая компетентность как структурный компонент ИКК» – это ситуационная динамическая информационная структура (т. е. комбинация компетенций) в сознании будущего специалиста, способствующая оказанию определенного влияния на адресата (в соответствии с коммуникативной установкой отправителя) и правильному анализу и пониманию коммуникативного процесса профессионального иноязычного переводческого общения.

Библиографический список

1. **Одинокая М. А.** Особенности и следствия использования открытых образовательных ресурсов и электронных курсов в российских вузах // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2019. – С. 408–410.
2. **Одинокая М. А., Кузнецова Г. А.** Система LMS MOODLE как платформа для размещения интерактивного курса введения в специальность // Инновационные технологии в науке и образовании. – 2016. – № 4. – С. 135–139.
3. **Odinokaya M. A., Karpovich I. A., Mikhailova O. Ju., Piyatnitsky A. N., Klimova B.** Interactive technology of pedagogical assistance as a means of

adaptation of foreign first-year students // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – IOP Publishing, 2020. – Т. 940. – №. 1. – С. 012130.

4. **Бондарь Л. В.** Профессиональная иноязычная подготовка будущих инженеров к межкультурной коммуникации / Л. В. Бондарь // Педагогические науки / 2. Проблемы подготовки специалистов. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/3_ANR_2013/Pedagogica/2_124202.doc.htm.

5. **Кошляба И. Б.** Формирование иноязычной коммуникативно-когнитивной компетентности студентов высших медицинских учебных заведений / И. Б. Кошляба // Язык: классическое – модерн – постмодерн: сборник научных статей / Нац. ун-т «Киево-Могилянская академия»; ответ. ред. В. М. Ожоган. – М.: ООО «СИК ГРУПП УКРАИНА». – 2021. – Вып. Первый – С. 71–78.

6. **Гриджук О. Е.** Специфика формирования языково-коммуникативной компетентности студентов лесотехнического направления подготовки / О. Е. Гриджук // Научные записки. Серия: педагогика. – 2016. – № 1. – С. 75–81.

7. **Диман Г. М.** Компонентный состав англоязычной профессионально ориентированной коммуникативной компетентности в письме будущих инженеров-биотехнологов / Г. М. Диман // Вестник Днепропетровского университета имени Альфреда Нобеля. Серия «Педагогика и психология». Педагогические науки – № 1 (11). – Днепр. – 2016. – С. 214–220.

8. **Олияр М. П.** Теоретико-методические основы формирования коммуникативно-стратегической компетентности будущих учителей начальных классов: дис. ...доктора пед. наук: 13.00.02, 13.00.04 / Олияр Мария Петровна. – Одесса. – 2016. – 551 с.

9. **Ковалева К. В.** Коммуникативная компетентность студентов-аграрников: сущность и структурные компоненты / К.В. Ковалева // Педагогические науки: сборник научных трудов. Вып. 113. – 2021. – С. 99–106.

Цай Сяньхуэй – магистр, кафедра «Методика преподавания русского языка как иностранного и межкультурная коммуникация», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: 2671454203@qq.com.

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ВИДЕОКОНТЕНТ КАК ОБЪЕКТ МУЛЬТИМОДАЛЬНОГО ДИСКУРС-АНАЛИЗА В ПРАКТИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Аннотация. Данная статья посвящена описанию мультимодальных особенностей гастрономического видеоконтента, демонстрирующего процесс приготовления чая. Акцент поставлен на лингвокультурной специфике уникального гастрономического культурного кода Китая. Изучение данного кода способствует эффективному развитию речевых навыков и умений и позволяет адекватно интерпретировать иноязычное высказывание. Основным результатом исследования является выявление метафункции «значение воспроизведения», реализуемой в повествовательном изображении через траекторию движений основных участников мультимодального дискурса и статическую картинку.

Ключевые слова: мультимодальный дискурс, гастрономия, видеоконтент, китайский язык.

Jin Ping

Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

GASTRONOMIC VIDEO CONTENT AS AN OBJECT OF MULTIMODAL DISCOURSE ANALYSIS IN THE PRACTICE OF TEACHING CHINESE

Abstract. This article is devoted to the description of multimodal features of gastronomic video content demonstrating the process of making tea. The emphasis is placed on the linguocultural specifics of the unique gastronomic cultural code of China. The study of this code contributes to the effective development of speech skills and abilities and allows you to adequately interpret a foreign-language utterance. The main result of the study is the identification of the metafunction «the meaning of reappearance», implemented in the narrative

image through the trajectory of the movements of the main participants of the multimodal discourse and a static picture.

Keywords: multimodal discourse, gastronomy, video content, Chinese language.

Актуальность исследования объясняется повышенным вниманием к формированию дискурсивной компетенции студентов, изучающих иностранные языки, в том числе китайский язык как иностранный. Особый интерес в связи с этим вызывает мультимодальный анализ разных типов дискурса. Данная проблематика имеет самое непосредственное отношение к методологическим основам преподавания иностранных языков, поскольку анализ, учитывающий современные неоднородные электронные (цифровые) тексты, становится приоритетным материалом в образовательном пространстве.

Под мультимодальностью понимается устный или письменный коммуникативный феномен, который подчеркивает всестороннее использование разных каналов восприятия, таких, как зрение, слух и осязание. По мнению Г.Е. Крейдлина, мультимодальность состоит в формировании значений при помощи разных семиотических средств-модусов (письмо, речь, изображение) и соответствующих социокультурных конвенций. Мультимодальность понимается нами как описание общих законов и правил взаимодействия в коммуникативном акте вербальных и невербальных знаков [1, с. 101]. О. К. Ирисханова рассматривает концепцию мультимодальности как «семиотическое явление, совмещающее в едином коммуникативном пространстве знаков знаковые комплексы, относящихся к разным по способу (де) кодирования информации семиотическим системам – вербальным, графическим, музыкальным, математическим, жестовым и пр.» [2, с. 64].

Новые формы представления учебного материала, которые с развитием цифровых технологий все активнее привлекаются к образовательному процессу, отличаются яркой мультимодальностью. Среди таких форм специалисты называют сетевую коммуни-

кацию, различный (учебный, развлекательный, познавательный) видеоконтент.

Целью нашего исследования является описание мультимодальных особенностей видеоконтента, демонстрирующего специфику китайской национальной кухни. Выбор тематики обусловлен необходимостью изучения уникального гастрономического культурного кода Китая, который способствует развитию речевых навыков и умений учащихся и позволяет адекватно интерпретировать иноязычное высказывание. Кроме того, гастрономическая тематика охватывает широкий круг бытовых коллокаций, которые необходимо знать с начального уровня изучения китайского языка.

В качестве основных методологических ориентиров в исследовании применяются теоретические постулаты визуальной грамматики Г. Кресса (G. Kress) и ван Лееувена (T. van Leeuwen). Фактический материал послужили видеоролики YouTube канала Ли Цзыци, имеющего 16,6 млн. подписчиков.

Г. Кресс и Ван Лееуен считают, что основное значение восприятия заключается в представлении внутренней взаимосвязи изображения, которая обычно основана на существовании вектора. Вектор – это диагональ, формируемая актером и субъектом или объектом на изображении [3]. Наш анализ показывает, что в «гастрономическом» контенте этот вектор выявляется довольно отчетливо. Наше внимание сосредоточено на повествовательных образах, которые состоят из процесса действия, процесса реакции, языкового процесса и психологического процесса [3].

Процесс действия – это траектория движения каждого элемента изображения. Важными факторами в этом процессе являются действующие лица и цели [4, с. 18].

Продемонстрируем это на примере видеоролика: чай – это больше, чем напиток, это образ жизни, в котором блогер Ли Цзыци готовит чай. Рука блогера в каждом фрагменте, демонстрирующем подготовку чайных листьев, образует специфичный вектор (рис. 1).



Рис. 1. Процесс подготовки чайных листьев

Приведенные фрагменты не только детально показывают процесс приготовления чая вручную, но и иллюстрируют особенности китайской чайной культуры, объединившей конфуцианскую мысль, даосизм и философию буддизма.

Процесс реакции создает вектор, состоящий из взгляда одного или нескольких участников. Реализация этого вектора носит реактивный характер [4, с. 20], т. е. раскрывается в реакциях участников действия (рис. 2).

В демонстрируемом скриншоте видеоролика появляется бабушка блогера. Основным вектором здесь является ее взгляд, направленный на блогера. Блогер просит бабушку подойти и выбрать сахарную живопись для приготовления. По мимике бабушки мы можем понять, что она сомневается, рисовать ли ее. При этом мы ясно видим инструменты, которые ей необходимы для работы (рис. 3).



Рис. 2. Реакция участников процесса подготовки сахарной живописи

культурная традиция заботы о старших и уважения к пожилым людям. Кроме того, видеоряд демонстрирует и культуру особого китайского искусства – сахарной живописи, которая возникла во времена династии Мин и имеет более чем 400-летнюю историю. Сахарная живопись прекрасно сочетает в себе гастрономию и такие культурные элементы искусства Китая, как Шутао, знаки зодиака, традиционных птиц и зверей, цветов, насекомых, рыб и т. д. Сахар тоже выступает в качестве культурного символа, олицетворяющего сладость и счастье. Узоры различных сахарных картин символизируют важные для Китая ценности: форма рыбы – мир и изобилие, форма дракона – сила и достоинство, персик – долголетие, древовидный пион – процветание, добрая надежда, и др.



Рис. 3. Реакция участника «бабушка»

Языковые и психологические процессы дополняют друг друга, и реализация сюжетной линии продвигается через мысли участников.

Данные скриншоты видеоролика отчетливо демонстрируют через движения бабушки китайскую культуру норм сыновней почтительности. С древних времен Китай известен как страна этикета, пропагандирующего преданность родителям. В нём существует

Таким образом, повествовательные образы видеоконтента позволяют вычленилть особую метафункцию «значение воспроизведения», которая актуализируется через траекторию движений основных участников мультимодального дискурса и статическую картинку.

Рассматриваемый видеоконтент интересен в качестве образовательного ресурса в связи с тем, что он позволяет предъявить изучающим китайский язык, различные мультимодальные формы, опирающиеся на разные каналы восприятия – визуальный, слуховой, тактильный. Совокупность вербальных и невербальных компонентов, в том числе семиотических нагруженных, в анализируемом видеоконтенте точнее раскрывает значение гастрономических культурных символов Китая и способствует более успешному освоению китайской лингвокультуры. К таким компонентам относятся: текстовые отрезки, графические элементы, статичные иллюстрации (картинки, иконки и пр.), динамичный видеоряд, демонстрирующий особую траекторию движений в процессе приготовления традиционных китайских блюд (включая проксемику, кинесику, параязык, гаптику и др.), различные типы пауз, молчание, музыкальный фон.

Библиографический список

1. Крейдлин Г. Е. Семиотическая концептуализация тела и проблема мультимодальности // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2. – С. 100–120.
2. Ирисханова О. К. Полиmodalность в социокогнитивном освещении: семиотика плаката // Когнитивные исследования языка. – 2012. – № 11. – С. 63–66.
3. Kress, G. & van Leeuwen. T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. – London: Routledge, 2006. – 321 с.
4. 乔卉. 对外传播视阈下李子柒短视频地多模态话语分析 [D]. 浙江: 浙江传媒学 2021. URL: https://www.youtube.com/channel/UCoC47do520os_4DBMEFGg4A?sub_confirmation=1&app=desktop (дата обращения – 01.04.2022).

Цзинь Пин – аспирант Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. E-mail: jinp539@gmail.com.

Оксана Анатольевна Шередкина
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

СПЕЦИФИКА ОБУЧЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ ЮРИСТОВ В КОМПЕТЕНТНОСТНОЙ ПАРАДИГМЕ

Аннотация. В статье поднимаются вопросы, связанные с особенностями обучения иноязычной юридической коммуникации в контексте компетентностной парадигмы, сместившей акцент с фундаментальных знаний на формирование компетенций, т. е. способностей человека пользоваться образовательными стратегиями при решении нестандартных вопросов. Новые требования к выпускнику привели к необходимости актуализации культурологического и концептуального планов обучения, учета специфики образовательного процесса, определяемой нехваткой временных ресурсов, недостаточной осведомленностью преподавателей в смежной профессиональной дисциплине, изучаемой в рамках профессионального курса иностранного языка, и другими сложностями, требующими решения на организационном и методологическом уровнях. В статье рассматриваются проблемы формирования иноязычной профессионально-ориентированной коммуникативной компетенции, обусловленные спецификой юридического образования, являющиеся методическим вызовом для преподавателя иностранного языка.

Ключевые слова: компетентностная парадигма, иноязычная коммуникация, иноязычная профессионально-ориентированная коммуникативная компетенция, юристы.

Oksana A. Sheredekina
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

PECULARITIES OF TEACHING FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATION TO LAWYERS IN THE COMPETENCE PARADIGM

Abstract. The article raises issues related to the peculiarities of teaching foreign legal communication in the context of the competence paradigm, which shifted the emphasis from fundamental knowledge to the formation

of competencies, i.e. the ability of a person to use educational strategies in solving non-standard issues. New requirements for graduates have led to the need to update cultural and conceptual training plans, taking into account the specifics of the educational process, determined by the lack of time resources, insufficient awareness of teachers in a related professional discipline studied as part of the professional foreign language course, and other difficulties that require solutions at the organizational and methodological levels. The article points out the difficulties of the foreign professionally-oriented communicative competence formation connected with the specifics of legal education, which are a methodological challenge for a foreign language teacher.

Keywords: competence paradigm, foreign communication, foreign professionally-oriented communicative competence, lawyers.

Ключевое требование, предъявляемое к выпускнику вуза, т. е. его готовность сразу осуществлять эффективную профессиональную деятельность, не является прихотью работодателя. В основе этого требования лежит естественная потребность и запрос современного рынка труда, обусловленная различными факторами, среди которых существенным является фактор, связанный с цифровизацией информации [1-3]. Ускоренные процессы старения информации, работа с постоянно меняющейся информацией вынуждают работодателя или работника организовывать переучивание персонала или повышение их квалификации. Реализация идеи вовлеченности работника в постоянно обновляемую профессиональную информационную среду базируется на формировании компетенций, позволяющих ему работать с информацией и выполнять профессиональные обязательства перед работодателем.

Вовлеченность в постоянно обновляемую информационную среду является для специалистов юридического направления одним из основных условий поддержания профессиональной компетентности. Медиаторская (посредническая) функция юриста осуществляется через коммуникативную деятельность, опосредованную информационной составляющей, т. е. закона как псевдо-константы, и обновляемой международной базой кейсов. Тем самым, для юриста значимым является обучение коммуникации, в том числе, иноязычной, позволяющей ему быть осведомленным о современном состоянии актуальной для него области юридиче-

ской деятельности в различных мировых практиках, иметь возможность перенять опыт ведения дел иноязычных коллег, изучить стратегии, тактики и приемы общения с клиентом на всех уровнях решения юридической задачи, базируясь на доступных материалах на иностранном языке, и т. п. Знакомство с правилами иноязычной коммуникации на иностранном языке позволяет формировать коммуникативные профессиональные компетенции и на родном языке.

Обучение иноязычной коммуникации юристов в вузе реализуется в рамках компетентностной парадигмы. В основу современного профессионального образования положены четыре фундаментальные компетентности, сформулированные Жаком Делором: (1) научиться познавать, (2) научиться делать, (3) научиться жить вместе и (4) научиться жить [4, с. 3-4]. Первые две компетентности формируются в рамках иноязычного профессионального обучения и предполагают (1) освоение познавательных стратегий, базирующихся на знании о когнитивных процессах, таких как память, внимание, речевая деятельность, принятие решений и др., и (2) готовность выпускника к осуществлению профессиональной практической деятельности.

Иноязычная коммуникативная компетенция как ключевое понятие компетентностной парадигмы определяется как симбиоз знаний, умений, навыков, полученных в ходе иноязычной образовательной деятельности, и готовности их применять на практике [5]. Сформированная компетенция у будущих юристов предполагает наряду с сформированной лингвистической компетенцией, включающей не только лексический, грамматический, фонетический, синтаксический аспекты, но и возможность использования иностранного языка как инструмента поиска, получения и обработки информации и, соответственно, решения поставленной юридической задачи.

Обучение юристов иноязычной коммуникации требует учета культурологической специфики иноязычной юридической картины мира. Начиная курс профессионального иностранного языка для юристов, необходимо определить понятие прецедентного пра-

ва, констатирующего прямую зависимость решения современного суда от исторических прецедентов, образующих систему юридических норм. Особый характер англосаксонской правовой системы находит отражение в отличной терминологической системе как с точки зрения плана выражения, так и плана содержания, когда часть юридических понятий (лингвоспецифических юридических терминов) не имеет своего аналога в русской терминологической картине мира, что является методическим вызовом для преподавателя иностранного языка.

Иноязычная юридическая картина мира формируется на базе русскоязычной правовой картины мира, сформированной в рамках дисциплин профессионального блока, таких как «Риторика для юристов», «Юридическая техника», «Юридическая психология», «Семейное право», «Криминология», «Муниципальное право», «Конституционное право зарубежных стран» и др. Анализ учебного плана по программе бакалавриата (направление подготовки 40.03.01 «Юриспруденция», направленность 40.03.01_01 «Теория и история государства и права») показал, что процесс обучения иноязычной коммуникации начинается при недостаточно сформированной русской терминологической картине мира и лишь частично сформированных общепрофессиональных компетенциях. В результате процесс обучения иноязычной коммуникации становится более трудоемким. Преподаватель не может в полной мере опираться на междисциплинарные знания будущих юристов, он занимается разъяснением понятий и заполнением пробелов в профессиональной картине мира студентов. При этом преподаватель сталкивается с тем, что его юридических знаний для проведения подобной работы, особенно в условиях временного лимита, недостаточно, что является очередным методическим вызовом для преподавателя иностранного языка.

Культурологические и семантические сложности лежат в основе полилингвального подхода, отражающего практику применения в образовательном процессе нескольких языков. Основанием для этого является федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования, определяющий коммуникативную

компетенцию как единство способностей к общению на иностранном и родном языках. Двуязычие при обучении иностранному языку позволяет решать проблему межкультурной интерференции за счет практической составляющей обучения и креативности [6, с. 112], обеспечивает социальную мобильность студентов, т. е. их адаптивность к стремительно развивающейся современной полилингвальной среде. Актуализация идеи полилингвальности также должна определять организацию и содержание иноязычного образования будущих юристов.

В рамках компетентностной парадигмы особую значимость имеет междисциплинарный подход, предполагающий пересечение дисциплин в отдельных областях знаний или полную их интеграцию, как в случае с профессиональным курсом иностранного языка. В дисциплине «Иностранный язык в сфере юриспруденции», с одной стороны, формируется ключевая иноязычная профессионально-ориентированная коммуникативная компетенция, а с другой, этот процесс предполагает отсылку к профессиональным знаниям студентов, получаемым ими в рамках других дисциплин. Использование юридических текстов для изучения исторических аспектов дисциплины и юридических ситуаций, сравнительного анализа правовых систем и т.п. предусматривает профессиональное осмысление материала через призму уже имеющихся знаний. Реализация междисциплинарных связей возможна при сотрудничестве смежных дисциплин. На практике при изучении профессионального иностранного языка реализуется лишь внутродисциплинарная интеграция на уровне учебного материала, включающего специальную литературу и терминологию, что не способствует раскрытию потенциала дисциплины «Иностранный язык в сфере юриспруденции» в формате контекстного образования [7].

Процесс освоения лингвистических знаний и расширение юридической картины мира должно происходить на всем протяжении обучения в вузе, что предполагает параллельное изучение профессионального иностранного языка и профессиональных дисциплин вплоть до окончания бакалавриата или магистрату-

ры, что не всегда соответствует действительности. Методическим ориентиром в этом случае должна быть направленность на интенсификацию и оптимизацию иноязычного образовательного процесса. В рамках профессионального иностранного языка изучаются как специальные стратегии, направленные на формирование иноязычной коммуникативной компетенции, так и на междисциплинарные стратегии и тактики, формирующие знания о когнитивных процессах и способах коммуникации. К примеру, в курсе профессионального иностранного языка должны изучаться тактики ведения консультативной деятельности юристов, базирующиеся на знаниях психологии человека, и обеспечивающие, соответственно, максимально эффективный результат.

Особая значимость практической деятельности для будущих юристов ставит перед преподавателем иностранного языка задачу поиска новых образовательных методик, технологий, подходов, ориентированных на максимальное погружение студентов-юристов в область юридической практики. Актуальность практики была подмечена Христофором Лэнгделлом, который еще в 1870 г. начал реализацию идеи практико-ориентированного обучения студентов юридического факультета Гарвардского института, основанного на реальных кейсах. Компетентностная парадигма акцентировала внимание методистов на готовности студентов к исполнению своих прямых профессиональных обязательств сразу после окончания вуза и способствовала разработке практико-ориентированных методов и образовательных технологий в различных дисциплинах [8]. При обучении юридическому английскому языку все чаще стал применяться кейс-метод как возможность изучить некоторый практический материал, попрактиковаться в решении юридических задач. Фрагментарность использования метода кейсов в современном иноязычном профессиональном обучении или полное игнорирование этого практико-ориентированного метода, очевидные из анализа современной учебно-методической литературы [9-11], не позволяет в полной мере сформировать иноязычную профессионально-ориентированную коммуникативную компетенцию.

Тем самым, обучение юристов профессиональной иноязычной коммуникации осложняется рядом факторов, связанных с необходимостью дифференцировать культурологические понятия и дополнять частично сформированную русскоязычную юридическую картину мира студентов. Методисты работают в условиях отсутствия практики преемственности дисциплины «Иностранный язык в сфере юриспруденции» как на уровне учебных планов, так и на уровне рабочих программ смежных дисциплин, отсутствия соответствующих юридических знаний у преподавателя и нехватки временного ресурса. При этом преподаватели иностранного языка пытаются реализовать практико-ориентированное обучение в рамках изучаемой дисциплины и, соответственно, сформировать иноязычную профессионально-ориентированную коммуникативную компетенцию на уровнях В2 и С1.

Для того, чтобы оценить значимость вышеперечисленных сложностей в практике преподавания профессионального иностранного языка будущим юристам, нами была разработана анкета «Сложности обучения юристов профессиональному иностранному языку». В анкетировании, проведенном в осеннем семестре 2021 г., среди преподавателей, обучающих студентов юридических специальностей Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, приняли участие 23 человека. Анализ результатов анкетирования показал, что большинство сложностей требует особого внимания преподавателей при подготовке к занятиям. Отмечается прямая зависимость сформированности иноязычной коммуникативной компетенции от затраченного на обучение времени и реализации междисциплинарных связей. Согласно анкетированию, приоритетность практико-ориентированного обучения для юристов является неоспоримой, но требует внесения изменений в рабочую программу и разработки соответствующего учебно-методического материала.

Результаты анкетирования подтверждают, что в процессе внедрения компетентного подхода в практику преподавания профессионального иностранного языка студентам юридических специальностей преподаватели столкнулись с рядом проблем,

определяющих разрыв между традиционным и новым подходами. Преодоление описанных сложностей обучения будущих юристов иноязычной коммуникации является приоритетным и требует дальнейшей методической разработки.

Библиографический список

1. **Одинокая М. А.** Особенности и следствия использования открытых образовательных ресурсов и электронных курсов в российских вузах // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2019. – С. 408–410.
2. **Одинокая М. А.** Формирование основ когнитивной и коммуникативной компетенций средствами иностранного языка в условиях самостоятельной работы студентов технического вуза // Общество. Коммуникация. Образование. – 2014. – №. 4 (208). – С. 192–196.
3. **Одинокая М. А., Кузнецова Г. А.** Система LMS MOODLE как платформа для размещения интерактивного курса введения в специальность // Инновационные технологии в науке и образовании. – 2016. – № 4. – С. 135–139.
4. **Делор Ж.** Образование: сокрытое сокровище: Основные положения Доклада Международной комиссии по образованию для XXI века. М.: Издательство ЮНЕСКО, 1996. – 31 с.
5. **Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 40.03.01 Юриспруденция от 13 августа 2020 г.** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-40-03-01-yurisprudenciya-1011/>.
6. **Юрченко М. А.** Полилингвальный подход к обучению иностранным языкам: принципы и условия применения // Педагогика и психология в современном мире: теоретические и практические исследования. Сб. ст. по материалам XXXII междунар. науч.-практ. конф. – №2 (32). – М.: Изд-во «Интернука». – 2020. – С. 107–112.
7. **Вербицкий А.** Контекстное обучение в компетентностном подходе // Высшее образование в России. – 2006. – №. 11. – С. 39–46.
8. **Журавская Н. В., Асмолов И. Ю.** Практико-ориентированное обучение как детерминанта компетентностной парадигмы отечественного высшего профессионального образования // Царскосельские чтения. – 2013. – Т. 3. – №. 17. – С. 298–302.
9. **Английский язык для юристов: Учебник для бакалавриата по направлению «Юриспруденция» / Отв. ред. Н. Ю. Ильина, Т. А. Аганина.** – М.: Изд-во Проспект. – 2012. – 295 с.

10. Callanan Helen, Edwards Lynda. Absolute Legal English Book (English for International Law). – US: Delta Publishing, 2010. – 112 p.

11. Krois-Lindner Amy, Firth Matt. Introduction to International Legal English. – Cambridge: Cambridge University Press, 2009. – 160 p.

Шередекина Оксана Анатольевна – аспирант, кафедра «Лингводидактика и методика преподавания иностранных языков», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: oksanasher@yandex.ru.

УДК 81-139

*Диана Флоридовна Шугаева,
Екатерина Аркадьевна Иванова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

СПЕЦИФИКА ОБУЧЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКЕ УЧАЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

Аннотация. Статья посвящена вопросам обучения иностранному языку детей с ограниченными возможностями здоровья VII вида 8 класса средней общеобразовательной школы. Ввиду различий в эффективности обучения детей с ОВЗ по сравнению с нормой, и наличия у них когнитивных нарушений, знание специальных методик преподавания предмета, в частности иностранного языка, является базовым элементом адаптированных образовательных программ. В статье представлены методические разработки и рекомендации, направленные на формирование иноязычных лексических навыков у детей с ОВЗ, а также приводятся данные педагогического эксперимента. Разработанные задания представляют собой адаптацию работы с лексическим материалом на этапах семантизации, закрепления и контроля. Данные педагогического эксперимента и анкетирования показывают, какие задания вызывают наибольшие трудности у учащихся.

Ключевые слова: дети с ОВЗ, обучение иноязычной лексике в средней школе, адаптированная образовательная программа, коррекционная педагогика, педагогическое сопровождение детей VII типа, методические рекомендации.

Diana F. Shugaeva, Ekaterina A. Ivanova
Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University

THE SPECIFICITY OF TEACHING FOREIGN LANGUAGE VOCABULARY TO STUDENTS WITH DISABILITIES IN SECONDARY SCHOOL

Abstract. The article is devoted to the issues of teaching a foreign language to children with disabilities of type VII of the 8th grade of a secondary school. Due to differences in learning efficiency and cognitive impairment in children with disabilities compared to the norm, knowledge of special methods of teaching a subject, in particular a foreign language, is a basic element of adapted educational programs. The article presents methodological developments and recommendations aimed at the formation of foreign language lexical skills in children with disabilities, as well as data from a pedagogical experiment. The developed tasks are an adaptation of teaching new words at the stages of semantization, development and control. The survey data shows which tasks cause students the greatest difficulties.

Keywords: children with developmental delay, teaching vocabulary in secondary school, adapted educational program, correctional pedagogy, pedagogical support for children of type vii, guidelines.

С каждым годом важность предоставления доступа к образованию людям с ограниченными возможностями здоровья (далее – с ОВЗ) растет. По данным Комитета по образованию Санкт-Петербурга, на уровнях начального, основного и среднего общего образования по адаптированным основным общеобразовательным программам в 2020/2021 учебном году получают образование 14063 обучающихся с ОВЗ, еще 6465 детей учатся по программам образования для учащихся с задержкой умственного развития, что выше аналогичных показателей 2019/2020 учебного года на 4% и 3% соответственно.

Количество специализированных классов, по сравнению с 2019/2020 учебным годом увеличилось на 1,8%, а численность обучающихся с ОВЗ увеличилось на 3,1% [1]. Приведенная выше динамика увеличения числа обучающихся с ОВЗ в России при общем снижении рождаемости делает актуальной проблему включения

этих детей в образовательную среду с учетом индивидуальных потребностей и возможностей в развитии [2].

В рамках данной тематики особенно важную роль играет обучение детей с ОВЗ в средней общеобразовательной школе. Ввиду различий в эффективности обучения детей с ОВЗ по сравнению с нормой и наличия у них когнитивных нарушений, знание специальных методик преподавания предмета, в частности иностранного языка, является базовым элементом адаптированных образовательных программ [3].

С целью адаптации процесса обучения английскому языку детей с ОВЗ в средней школе на основе систематизации имеющегося опыта педагогического сопровождения такой категории учащихся нами были созданы методические разработки и рекомендации по формированию иноязычных лексических навыков у детей с ОВЗ VII вида (дети с задержкой психического развития). Для проверки эффективности предложенных методических разработок был проведен педагогический эксперимент, в котором приняли участие 14 учащихся 8 класса VII вида ФГБОУ СОШ №313 Фрунзенского района Санкт-Петербурга.

Эксперимент включил в себя следующие этапы: 1. Подбор методических материалов; 2. Разработка комплекса индивидуальных образовательных упражнений для освоения новой лексики; 3. Разработка и проведение 3 уроков, в соответствии с вышеупомянутыми упражнениями; 4. Проверка эффективности примененных индивидуальных образовательных упражнений методом контроля полученных знаний; 5. Анкетирование учащихся на предмет сложности выполненных заданий. При разработке методических рекомендаций учитывалась методика обучению лексике, предложенная Солововой Е. Н. [4].

В рабочую программу по английскому языку для 8 класса средней школы входит УМК Spotlight 8 Ваулина Ю. Е., Дули Д., Подоляко О. Е., Эванс В. и аудиозаписи к учебнику на электронном носителе. Разработка и внедрение упражнений по обучению лексике детей с ОВЗ VII вида в 8 классе общеобразовательной школы осуществлялось на примере темы «Global issues» модуль 5а.

В рамках проведения педагогического эксперимента было разработано 3 урока, каждый из которых соответствовал этапам изучения новой лексики. Задания были ранжированы по уровню сложности и соответствовали следующим этапам освоения лексики: семантизация, закрепление и контроль [5]. Длительность каждого этапа – 1 академический час. К изучению была предложена следующая лексика: *hurricane, drought, flood, tornado, tsunami, earthquake, cyclone, avalanche*.

Все упражнения, предлагаемые для выполнения, были адаптированы для уровня соответствующего класса и с учетом интересов и возможностей изучения иноязычной лексики у конкретных детей с ОВЗ. На этапе семантизации основной целью было ознакомление детей с новой лексикой посредством различных лексических упражнений и наглядности. Для этого этапа были отобраны упражнения по аудированию и повтору слов за диктором, работе со словарем, подбором картинок и ответов на вопросы по тематике урока.

Для закрепления изученной лексики были отобраны задания, способствующие многократному использованию слов в различных учебных ситуациях. В рамках работы над лексикой, учащимся было предложено выполнить задания на заполнение пропусков, работу с карточками со словами, сопоставление карточки с графическим изображением слова и произнесенным учителем словом, формирование словосочетаний из этих слов, а также устная работа, в парах. В процессе проведения второго этапа обучения лексике было выявлено, что около 30% детей с ОВЗ испытывают трудности в общении и вербальном выражении своих мыслей и мнений. Это свидетельствует о том, что при выполнении устных упражнений определенные группы учащихся нуждаются в поддержке учителя и опоре на его опыт, знания и совет.

Для завершающего этапа работы над лексикой были разработаны следующие задания текущего контроля: сканворд (задание 1), мнемосхема (задание 2), заполнение пропусков словами по смыслу (задание 3) и работа с текстом на перевод и подбор заголовков к абзацам (задание 4). В рамках обучения лексике мнемосхемы по-

зволяют связать новые слова с уже имеющимися семантическими полями [5].

Результаты заключительного этапа обучения лексике детей с ОВЗ VII вида в 8 классе средней школы представлены на рис. 3. Как видно из диаграммы работа с текстом на контролирующем этапе оказалась самой сложной для большинства участников эксперимента (рис. 1).

По завершении педагогического эксперимента учащимся была предложена анкета, с просьбой ответить на вопрос: «Сложно было выполнить задания»? (ДА – НЕТ) (рис. 2).

Анкетирование проводилось с целью определения направления дальнейшей методической работы. Результаты опроса представлены на рис. 2. Таким образом, в результате проведения педагогического эксперимента было выяснено, что учащиеся VII вида успешно и с большим рвением выполняют визуально-ориентированные задания. По данным опроса, эти задания являлись наиболее простыми и понятными для данной категории учащихся. В то же время, задания, предполагающие использование ассоциативного ряда, заполнение пропусков по смыслу и чтение вызвали наибольшие затруднения, по объективным данным и по данным опроса



Рис. 1. Результаты выполнения заданий текущего контроля



Рис. 2. Процент учащихся, оценивающих выполненные задания, как сложные

учащихся. Это может быть свидетельством того, что учащиеся VII вида испытывают определенные трудности при выполнении заданий, предполагающих работу в несколько этапов (например, перевод – подбор заголовка), ввиду недостаточно хорошо сформированной способности сохранять концентрацию внимания и быстрой утомляемости.

Педагогический эксперимент, проведенный с использованием разработанных упражнений, выявил трудности и специфику обучения лексике детей с ОВЗ в средней школе. Данная специфика предполагает: адаптацию упражнений к уровню конкретных детей, частую смену деятельности, ввиду быстрой утомляемости, обязательное визуальное сопровождение предлагаемых упражнений.

Библиографический список

1. Комитет по образованию Санкт-Петербурга [электронный ресурс] www.gov.spb.ru (дата обращения 22.03.22).
2. Про ДОД: информационно-методический журнал [электронный ресурс] <https://prodod.moscow/archives/19085> (дата обращения 04.03.22);

3. Московский институт коррекционной педагогики [электронный ресурс] https://www.defectologiya.pro/zhurnal/kategorii_ovz_kratkaya_karakteristika_i_adaptirovannye_programmyi_fgos/ (дата обращения 12.02.21);

4. **Соловова Е. Н.** Методика обучения иностранным языкам: базовый курс лекций. – 3-е изд. – М.: Просвещение, 2005. – 239 с.

5. **Гальскова Н. Д., Гез Н. И.** Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика: учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. иностр. яз. высш. пед. учеб. завед. – М.: Академия, 2015. – 368 с.

Шугаева Диана Флоридовна – бакалавр, ВШИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. E-mail: diana23051991@yandex.ru

Иванова Екатерина Аркадьевна – к. п. н., доцент ВШИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. E-mail: ekaterinai@inbox.ru.

УДК 378

Шэн Синьшэн

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

ДИДАКТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ HOTLIST ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ РКИ В РОССИЙСКОМ ВУЗЕ

Аннотация. Данная статья рассматривает дидактические возможности использования технологии hotlist при обучении иностранных студентов русскому как иностранному языку в ВУЗе. Предпринята попытка приведения авторского определения понятию «технология hotlist». Оно интерпретируется как инструмент, в основе которого положен принцип интеграции ресурсов сети Интернет по определенной учебной теме в процессе обучения. Особое внимание уделено исследователем раскрытию сущности технологии hotlist. Изложено авторское представление о технологии hotlist в процессе обучения русскому как иностранному языку в ВУЗе.

В заключении сделан вывод о том, что технология hotlist позволяет организовать образовательное пространство студента путем выполнения учебных задач иностранным студентом по порядку вместо попыток студента сделать все и одновременно.

Ключевые слова: технология hotlist, иностранный язык, иностранный студент, РКИ, российский вуз.

Xinsheng Sheng

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

DIDACTIC POSSIBILITIES OF USING HOTLIST TECHNOLOGY IN TEACHING FOREIGN STUDENTS IN THE PROCESS OF STUDYING RFL AT A UNIVERSITY

Abstract. This article examines the didactic possibilities of using hotlist technology in teaching foreign students Russian as a foreign language at a university. An attempt has been made to bring the author's definition to the concept of "hotlist technology". It is interpreted as a tool based on the principle of integrating Internet resources on a specific educational topic in the learning process. Special attention is paid by the researcher to the disclosure of the essence of the hotlist technology. The author's idea of hotlist technology in the process of teaching Russian as a foreign language at a university is presented. In conclusion, it is concluded that the hotlist technology allows you to organize the student's educational space by performing educational tasks by a foreign student in order instead of the student's attempts to do everything at the same time.

Keywords: hotlist technology, foreign language, foreign student, RFL, Russian university.

В настоящее время одним из актуальных направлений в области образования является тенденция к использованию цифровых инструментов, которые набирают обороты в цифровой среде [1-5]. Компьютер и смартфон – рабочие гаджеты, которые студент, как правило, использует по максимуму в образовательном процессе. Современный студент – это «цифровой абориген», который осуществляет свое обучение, как в очном формате, оффлайн формате, смешанном и гибридных форматах обучения, а также является пользователем социальных сетей, электронной почты. Студент

подвержен, как правило, избытку информации в сети Интернет, избыточной текстовыми, аудио- и визуальными материалами по различной тематике на разных языках.

В образовательной практике на настоящий момент исследователями разработано значительное количество трудов, [6–8] посвященных технологиям обучения. Несмотря на значительное количество научных исследований, посвященных технологиям обучения, остается открытым вопрос наличия в арсенале педагога инструмента, который учитывает принцип цифрового минимализма. Современный пользователь сети Интернет видит россыпь иконок на рабочем столе различных образовательных платформ, документов. В результате страдает концентрация студента. Более того, иностранный студент, изучающий РКИ, может в буквальном смысле «потеряться» в избытке информации разного содержания, и самое главное разного качества [9].

Существует проблемный вопрос о том, как сделать виртуальное образовательное пространство каждого студента функциональным; какой найти эффективный инструмент, чтобы сделать работу иностранного студента в процессе изучения русского языка как иностранного (РКИ) более продуктивной при работе в виртуальной среде.

Для продуктивного использования, а также для удовлетворения образовательных интересов и потребностей иностранных студентов, изучающих РКИ, появилась необходимость в разработке специальных учебных Интернет-материалов, направленных на обучение иностранных студентов работать с ресурсами глобальной сети Интернет.

Одним из таких инструментов, призванных разрешить данную задачу может стать технология *hotlist*. Под технологией *hotlist* понимается инструмент, в основе которого положен принцип интеграции ресурсов сети Интернет по определенной учебной теме в процессе обучения. В исследованиях различных авторов можно также встретить термин хотлист, то есть транслитерация при переводе термина *hotlist* на русский язык. Представляется важным отметить, что использование транслитерированного термина спо-

способствует разрешению противоречий в понятийной путанице при работе с зарубежными методическими материалами.

Технология *hotlist*, как правило, содержит дополнительный учебный материал, значительно сокращает время поиска информации для студентов [10]. Одним из отличительных особенностей технологии *Hotlist* является возможность ее регулярного обновления и дополнения в любое время, она является базой для создания и выполнения более сложных веб-проектов.

Технология *hotlist* — проста в своем использовании, но простая не означает легкая. Используя данную технологию, преподаватель подбирает интересные и полезные образовательные сайты по той или иной учебной теме и помещает их на отдельной веб-странице, что, в свою очередь, позволяет студенту значительно сэкономить время поиска в глобальной сети Интернет. Технологию *hotlist* целесообразно использовать, когда у студентов еще мало технических навыков с русскоязычным контентом, тема учебного задания новая, недостаточно времени для выполнения учебного задания.

Важно отметить, что технология *hotlist* — один из эффективных инструментов, позволяющих сократить информационную нагрузку, которую испытывает студент в процессе изучения русского языка как иностранного. В основе технологии *hotlist* лежит принцип выполнения учебных задач по порядку вместо судорожных попыток студента сделать все и одновременно. В технологии *hotlist* информация логично структурирована, удобна для ежедневного использования — это функционально.

Таким образом, можно сделать вывод, что современного студента формирует информационная среда. Студенту необходимо формировать себя самого. Технология *hotlist* — это инструмент, который является как аллоцентрированным (направленным на получение информации извне), так и эгоцентрированным (направленным на получение информации, исходя из своего внутренней позиции). Технология *hotlist* способствует преодолению балласта — компьютерные залежи образовательных иконок на рабочем столе.

Библиографический список

1. **Varinova D., Ipatov O., Odinskaya M., Zhigadlo V.** Pedagogical assessment of general professional competencies of technical engineers training // В сборнике: Annals of DAAAM and Proceedings of the International DAAAM Symposium. – 2019. – С. 508–512.

2. **Одинокая М. А., Жигadlo Н. В.** Формирование цифровой грамотности обучающихся в современной школе // В сборнике: Региональная информатика и информационная безопасность. Сборник трудов XII Санкт-Петербургской межрегиональной конференции. Санкт-Петербург. – 2021. – С. 232–234.

3. **Одинокая М. А., Михайлова О. Ю.** Особенности цифровизации образовательной сферы: состояние вопроса // В сборнике: Революция и эволюция: Модели развития в науке, культуре, социуме. Труды III Всероссийской научной конференции. Русское общество истории и философии науки. Москва. – 2021. – С. 150–153.

4. **Одинокая М. А., Ли Ю., Шередкина О. А.** Формирование цифровой культуры в высшем учебном заведении // В сборнике: Революция и эволюция: Модели развития в науке, культуре, социуме. Труды III Всероссийской научной конференции. Русское общество истории и философии науки. Москва. – 2021. – С. 146–150.

5. **Шередкина О. А.** Метод взаимного рецензирования в формировании способности студентов многопрофильного вуза к иноязычной речи // Вопросы методики преподавания в вузе. – 2020. – Т. 9. – №. 35. – С. 30–38.

6. **Almazova N., Bernavskaya M., Varinova D., Odinskaya M., Rubtsova A.** Interactive learning technology for overcoming academic adaptation barriers // Lecture Notes in Networks and Systems. – 2020. – Т. 131. – С. 786–794.

7. **Odinskaya M., Andreeva A., Mikhailova O., Petrov M., Pyatnitsky N.** Modern aspects of the implementation of interactive technologies in a multidisciplinary university // В сборнике: E3S Web of Conferences. Topical Problems of Green Architecture, Civil and Environmental Engineering, TRACEE 2019. – 2020. – С. 12011.

8. **Ерёмин Ю. В., Алмазова Н. И., Рубцова А. В., Одинокая М. А., Смольская Н. Б.** Методология развития современного иноязычного образования в контексте формирования цифровой грамотности студентов многопрофильного вуза // Письма в Эмиссия. Офлайн. – 2020. – № 12. – С. 2917.

9. **Ерёмин Ю. В., Алмазова Н. И., Рубцова А. В., Одинокая М. А., Смольская Н. Б.** Цифровой образовательный контент как основа иноязычной

подготовки студентов многопрофильного вуза // Письма в Эмиссия. Офлайн. – 2020. – № 12. – С. 2911.

10. **Омарова С. К., Жаксыбаева Г. Д., Кабдрахманова А. И.** Применение интернет технологий при обучении иностранному языку // Евразийский Союз Ученых. – 2015. – № 4–6 (13). – С. 71–72.

Шэн Синьшэн – магистр, кафедра «Методика преподавания русского языка как иностранного и межкультурная коммуникация», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: sxs199501@yandex.ru.

СЕКЦИЯ
«РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ
ОТНОШЕНИЙ: МОДЕЛИ, СПЕЦИФИКА
И ТРЕНДЫ ТРАНСФОРМАЦИИ»

УДК 341.238

Эльдар Фуад Оглы Ализаде
Санкт-Петербургский
государственный университет

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ФОРМЫ
СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ АЗЕРБАЙДЖАНОМ И РОССИЕЙ

Аннотация. Российско-азербайджанские отношения пережили много испытаний на протяжении трехвековой истории. Несмотря на это, в начале XXI в. двусторонние отношения начали принимать динамичный характер. Трансформация российско-азербайджанского сотрудничества оказывала серьёзное влияние как на сами взаимоотношения двух стран, так и на регион в целом. В начале 2000-х гг. начался постепенный переход российско-азербайджанских отношений от взаимного недоверия к многоплановому партнёрству. В статье рассматриваются приоритетные направления двустороннего сотрудничества между государствами на современном этапе.

Ключевые слова. Азербайджан, Россия, межгосударственные отношения, «север-юг», энергетика.

Eldar Alizada Fuad
Saint-Petersburg State University

PRIORITY AREAS AND FORMS OF COOPERATION
BETWEEN AZERBAIJAN AND RUSSIA

Abstract. Russian-Azerbaijani relations have experienced many trials throughout the three-century history, despite this, at the beginning of the XXI

century. Bilateral relations began to take on a dynamic character. The transformation of Russian-Azerbaijani cooperation had a serious impact both on the relations between the two countries themselves and on the region as a whole. In the early 2000s, the gradual transition of Russian-Azerbaijani relations from mutual distrust to a multifaceted partnership began. The article discusses the priority areas of bilateral cooperation between states at the present stage.

Keywords: Azerbaijan, Russia, interstate relations, North-South, energy.

Азербайджанская Республика расположена в стратегически важном пересечении двух крупных международных транспортных коридоров, ведущих как с Севера на Юг, так и с Запада на Восток. Тем самым, это помогает стране позиционировать себя как «уникальный актер» в международных отношениях, который выступает в роли моста.

В связи с этим, связи между Россией и Азербайджаном в области увеличения транспортно-транзитного потенциала являются одной из основных направлений сотрудничества двух стран. Прежде всего, стоит обратить внимание на Международный транспортный коридор «Север-Юг», который имеет потенциал, чтобы стать коридором глобального масштаба.

Первые упоминания об этом договоре приводятся в 1999 году, а в сентябре 2000 года, Россия, Индия и Иран подписали Соглашение о коридоре «Север-Юг». Несмотря на то, что соглашение вступило в силу уже в мае 2002 года, то по сей день он не реализован в полной мере. В договоре были охвачены все проекты строительства транспортной инфраструктуры и заканчивая тем, какими видами транспорта будут обеспечены перевозки: от железнодорожного до воздушного. По мнению экспертов стран, можно сделать вывод, что, если коридор «Север-Юг» сможет заработать на полную мощность, тем самым будет обеспечена возможность выхода в Персидский залив и Индию для стран Европы и постсоветского пространства (прежде всего России с стран Южного Кавказа), а также появилась бы возможность активации торговых связей между черноморскими портами и прикаспийскими государствами. Несомненно, запуск коридора позволил бы увеличить объем железнодорожных перевозок между Европой, Южным

Кавказом, Южной Азией и Ближним Востоком. Соответственно, доходы транзитных стран увеличились бы как от внутренних, так и от транзитных перевозок.

Руководство Азербайджана прекрасно понимает, что потенциальный запуск данного проекта увеличит как политическую, так и экономическую значимость страны на международной арене. О важности участия Азербайджана в этом международном проекте постоянно заявляет и президент Ильхам Алиев. Он заявил, что Азербайджан предпринимает все необходимые шаги для скорейшей реализации коридора. Со своей стороны, власти обеспечили строительство железной дороги до иранской границы и сдали в эксплуатацию железнодорожный мост.

Отмечается что, Азербайджан принял на своей территории все необходимые меры в связи с этим проектом, тем самым подтвердив всю серьезность своих намерений.

8 февраля 2016 года в Москве состоялось совещание, которое было посвящено развитию взаимовыгодного сотрудничества между руководством ОАО «РЖД» и ЗАО «АЗД».

На встрече были обсуждены вопросы, связанные с организацией грузоперевозок по направлению Россия – Азербайджан, развитием коридора «Север-Юг» с привлечением иностранных инвестиций. Делегациями был выражен интерес в сотрудничестве в области экспедирования и обработки грузов, хранения и транспортировки грузов по следующим маршрутам:

Индия (Джавахиралль Неру порт (Нава-Шева) – Иран (Бандар-Аббас-Газвин-Астара) – Азербайджан (Астара-Ялама) – Россия (Самур-Москва);

Индия (Джавахирл Неру порт (Нава-Шева) – Иран (Бандар – Аббас-Газвин-Астара) – Азербайджан (Астара-Ялама) – Россия (Самур-Санкт-Петербург);

Индия (порт Джавахирралл Неру) – Иран (Бандар-Аббас-Газвин-Астара) – Азербайджан (Астара-Ялама) – Россия (Самур-Бусловская) – Финляндия (Хельсинки);

Иран (Тегеран-Астара) – Азербайджан (Астара-Ялама) – Россия (Самур-Москва).

В ноябре 2019 года в Баку в рамках четвертого заседания рабочей группы по развитию западного маршрута международного транспортного коридора «Север-Юг», председателем ЗАО «АЗД» Джавид Гурбанов было отмечено, что страна выполнила все возложенные обязательства, в том числе и прокладка железных дорог до границы с Ираном. Все это решения усилили транспортно-транзитный и торгово-экономический потенциал Азербайджанской Республики и продемонстрировали решительность в процессе запуска коридора «Север-Юг». [1]

Кроме того, Азербайджан наряду с Россией заявил, что, принимая во внимание санкции, наложенные США, готов оказать финансовую помощь иранской стороне в достройке железных путей, чтобы скорее завершить эту стадию проекта. [2]

Другим, не менее важным направлением в российско-азербайджанских отношениях можно отнести экономические связи. В сентябре 2018 года президент Азербайджана И. Алиев совершил визит в Россию, в ходе которого были подписаны 17 межгосударственных документов. Среди них особо следует подчеркнуть соглашение экономического сотрудничества. В рамках него были определены важные экономические приоритеты. Стороны взяли курс на создание наиболее благоприятных условий в торговле для развития взаимовыгодного торгово-экономического и транзитно-транспортного сотрудничества. Стороны увеличили роль и значимость экономического сотрудничества в дальнейшем, тем самым укрепляя двустороннее стратегическое партнерство между Азербайджаном и Россией. [3]

Если обратиться к статистике, то можно заметить, что наблюдается двузначный темп роста не только товарооборота между странами, но и роста переводов и услуг. Это говорит о том, что взаимосвязь очень тесная: взаимосвязь бизнеса и взаимосвязь людей.

Российским деятелем Алексеем Репиком было отмечено, что в 2018 году товарооборот между странами вырос на 20% по отношению к 2017 году, а 2019 году товарный обмен между нашими странами вырос почти на 14%, достиг 2,4 млрд долларов. Он

также заявил, об инвестициях в экономику Азербайджана более 4 млрд, Азербайджан – свыше миллиарда. Экспорт из России в Азербайджан за прошлый год вырос на 12,5%, до 1,7 млрд долларов. [4]

Туристическое направление имеет огромный потенциал в современных российско-азербайджанских отношениях. Если обратиться к данным министерства туризма Азербайджана, то мы увидим, что в 2018 году Азербайджан посетили 878 тысяч россиян. Эти цифры были всего на 5% выше по сравнению с 2017 годом. В соседней Грузии прирост был зафиксирован в 24%. Что касается России, Россию посетили 626 азербайджанцев, и прирост составил всего 3%. Количество российских туристов, которые в 2019 году посетили соседнюю страну, составило более 930 тыс. человек, что на 6% выше, чем в 2018 году [5]. Статистика позволяет нам детально проанализировать, почему туризм между странами, несмотря на то, что имеет глубокие культурные и экономические корни, демонстрирует медленный рост. Это показатель того, что азербайджанский туристический рынок не совсем развит в России, и работа в этом направлении может потенциально принести еще большие дивиденды как в экономику Азербайджана, так и в экономику России. Российские туристы в ближайшей перспективе должны обратить внимание на Азербайджан как направление, которые предлагает обширные и разнообразные возможности как для семейного отдыха, так и для активного.

Несмотря на коронавирусные ограничения в 2021 году в январе-августе Азербайджан посетили около 158 тысяч российских туристов [6]. Прежде всего это связано с более лояльными антиковидными правилами, чем в других странах.

Стоит отметить, что Азербайджан, привлекает компании, в том числе и российские, к реализации совместных проектов. По данным Российского экспортного центра (РЭЦ), в настоящее время на территории Азербайджана осуществляют свою деятельность более 750 совместных предприятий, 330 из которых имеют 100%-й российский капитал, 450 – являются совместными предприятиями.

Другой важной сферой между двумя странами является сотрудничество в области энергетики. В 1994 году был подписан «Контракт века», который стал началом бурного развития Азербайджанской Республики. Несмотря на все сложности в российско-азербайджанских отношениях в начале 90-х годов XX века, российская нефтяная компания «Лукойл» также получила долю в этом энергетическом международном документе.

По мнению министра энергетики РФ Александра Новака энергетическое сотрудничество между странами медленно, но развивается. Стороны постоянно находятся в диалоге, чтобы развивать эту сферу несмотря на все сложности. [7]

Основными статьями сотрудничества двух независимых государств являются импорт и экспорта газа и нефти, инвестиции в развитие ТЭК двух стран, создание совместных предприятий, а также развитие наукоемких проектов по модернизации нефтегазового сектора. [8]

Этому способствует и соглашение о правовом статусе Каспийского моря, которое было подписано в августе 2018 г. Это событие открыло новые возможности для азербайджано-российского сотрудничества на Каспии. Стороны должны стремиться согласовывать свои энергетические стратегии в ходе реализации проектов транзита, включая «Южный газовый коридор», чтобы столкновения национальных интересов были бы минимальны.

Этой же логики придерживается директор российского Фонда национальной энергетической безопасности К. Симонов, который высказывал мнение, что Россия заинтересована в выстраивании стратегических связей между странами, так как «После запуска «Южного газового коридора», по которому азербайджанский газ пойдет в Италию, Азербайджан, как ни крути, становится конкурентом России, хотя и неопасным, учитывая объемы азербайджанских поставок» [9]. Озабоченность российской стороны понятна, так как Азербайджан находится в активной стадии реализации экспорта туркменской нефти и газа в Европу».

Принимая во внимания все риски и конкурентную борьбу, стороны настроены оптимистично в сфере энергетического со-

трудничества, что постоянно подтверждают документально. Например, стоит отметить, визит президента Азербайджана И. Алиева в Сочи в сентябре 2018 года, когда подписали, соглашения в сфере топливно-энергетического комплекса. Среди перечня можно выделить то, что стороны готовы к совместному изучению нефтяного и газового блока Гошадаш (Азербайджан), заключению контрактов между нефтяными компаниями двух стран и т. д. [10].

Также можно обратить внимание, что из усиливающегося сотрудничества и в какой-то мере, конкуренции, между Азербайджаном и Россией выигрывает третья сторона – Турецкая Республика. Она активно реализует как российские, так и азербайджанские энергетические проекты как транзитная сторона, благодаря своему географическому расположению. [11]

Кроме того, общей сферой интересов Москвы и Баку в энергетической сфере является Иран. Внешнеполитические сложности Тегерана позволяют России и Азербайджану брать на себя новые роли в строительстве энергомоств в регионе. Стороны считают, что интеграция энергосистем в рамках энергомоста «Россия-Иран-Азербайджан» поможет повысить экономическую эффективность: ситуация с рентабельностью, понижение себестоимости и снижение тарифов для внутренних потребителей.

В 2022 году российско-азербайджанские отношения переживают свое 30-летие, несмотря на все сложности, которые сопровождали страны в конце XX века, России и Азербайджану удалось вывести двустороннее сотрудничество на союзнический уровень. Это было отражено в соответствующей декларации, которая была подписана лидерами двух стран в феврале 2022 года.

Подводя итоги, можно констатировать, что двусторонние отношения имеют огромный потенциал для развития. Современные реалии демонстрируют, что Россия будет разворачиваться в сторону своих ближайших соседей, постсоветских государств. Реализация совместных проектов как в энергетической, так и туристической, транспортной, экономической сфере является новой вехой двусторонних российско-азербайджанских отношений.

Библиографический список

1. Азербайджан, Россия, Иран, Индия и Белоруссия обсудили «Север-Юг» в Баку [Электронный ресурс] // URL: https://moscow-baku.ru/news/economy/azerbaydzhan_rossiya_iran_indiya_i_belorussiya_obsudili_sever_yug_v_baku/ (дата обращения: 25.02.2022).
2. Какую роль Азербайджан играет в развитии коридора «Север-Юг» – объясняет эксперт [Электронный ресурс] // URL: <https://az.sputniknews.ru/news/20190903/421621948/azerbaijan-russia-iran-sever-yug.html> (дата обращения: 28.02.2022).
3. Азербайджан и Россия согласовали план экономического сотрудничества до 2024 года [Электронный ресурс] // URL: <https://interfax.az/view/742986> (дата обращения: 27.02.2022).
4. Россия – Азербайджан [Электронный ресурс] // URL: <https://forums.spb.com/news/news/rossija-azerbaydzhan/> (дата обращения: 27.02.2022).
5. За год Азербайджан посетил почти миллион российских туристов [Электронный ресурс] // URL: <http://www.tourbus.ru/news/15723.html> (дата обращения: 26.02.2022).
6. Почти 160 тысяч российских туристов посетили Азербайджан с начала года [Электронный ресурс] // URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/81738/> (дата обращения: 26.02.2022).
7. Состоялась встреча Александра Новака с министром энергетики Азербайджанской Республики Парвизом Шахбазовым [Электронный ресурс] // URL: <https://minenergo.gov.ru/node/15132> (дата обращения: 27.02.2022).
8. **Пивовар Е. И.** Российско-азербайджанские отношения (конец XX – начало XXI века). М., 2012. с. 320
9. Россия и Азербайджан реализуют новый статус Каспия [Электронный ресурс] // URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3730656> (дата обращения: 27.02.2022).
10. **Гулиев И. А.** Новые горизонты российско-азербайджанского энергетического партнерства: итоги переговоров в Сочи [Электронный ресурс] // URL: <https://mgimo.ru/about/news/experts/novye-gorizonty-rossijsko-azerbaydzhanskogo-energeticheskogo-partnerstva/> (дата обращения: 28.02.2022).
11. Эксперт: Россия, Азербайджан и Турция укрепят межрегиональное энергетическое сотрудничество [Электронный ресурс] // URL: <https://www.salamnews.org/ru/news/read/362259> (дата обращения: 28.02.2022).

Эльдар Фуад Оглы Ализаде – аспирант, СПбГУ факультет международных отношений; Санкт-Петербург. E-mail: ea042@mail.ru.

*София Константиновна Бирюкова,
Олеся Алексеевна Ощепкова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПЛАКАТ КАК ОРУЖИЕ ВИЗУАЛЬНОЙ ПРОПАГАНДЫ НА ПРИМЕРЕ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ В ИСПАНИИ 1936–1939 ГГ.

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению феномена визуальной пропаганды на примере политических плакатов во время гражданской войны в Испании в 1936–1939 гг. В тексте анализируются феномен визуального искусства того времени, раскрывается тема политических плакатов с точки зрения влияния революции на искусство, а также влияние революции на развитие искусства определенного жанра. Подробно рассматривается визуальная пропаганда власти в период конфликта и выявляются особенности плакатов оппозиционных сторон. В качестве наглядных примеров приводятся работы К. Фонтсере и Ж. Ренау. В работе сделан вывод о причинах провала республиканцев, относительно визуальной пропаганды.

Ключевые слова: Гражданская война в Испании, пропаганда, политические плакаты, республиканцы, франкисты.

Sofia K. Biryukova, Olesya A. Oshchepkova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

POLITICAL POSTER AS A WEAPON OF VISUAL PROPAGANDA DURING THE CIVIL WAR IN SPAIN (1936–1939)

Abstract. The article is devoted to the phenomenon of visual propaganda on the example of political posters during the Spanish Civil War in 1936–1939. The text analyzes the phenomenon of visual art of that time, reveals the theme of political posters from the point of view of the influence of the revolution on art, as well as the influence of the revolution on the development of art of a certain genre. The visual propaganda of the authorities during the conflict is considered

in detail and the features of the posters of the opposition parties are revealed. As illustrative examples, the works of C. Fontserè and J. Renau. The text concludes about the reasons for the failure of the Republicans, regarding visual propaganda.

Keywords: Spanish Civil War, propaganda, political posters, republicans, nationalists.

В современном мире одним из наиболее эффективных способов коммуникации, бесспорно, можно назвать визуализацию. Благодаря этому процессу можно быстро и ярко донести существующую информацию. Несмотря на это, созданные иллюстрации таят в себе много подтекстов и приоткрывают лишь фрагменты происходящей реальности, из-за этого зритель наблюдает визуальный образ через призму своих чувств и видит то, что ему необходимо узреть в данный момент, даже если это идет вразрез с истинной картиной мира. Благодаря этому визуальное искусство становилось своего рода основой идеологической структуры, публично выражающей идеи и чувства, а также дух своего времени. Именно этим активно пользовались пропагандисты революционной Испании 1936–1939 годов.

Цель исследования состоит в том, чтобы проследить взаимосвязь идеологической ситуации в стране и искусства: с одной стороны, насколько революция повлияла на испанское искусство соответствующего периода; с другой стороны, насколько визуальное искусство того периода способствует пониманию социально-политической атмосферы Испании 1936–1939 года.

«Во время Гражданской войны в Испании популярность плакатов была огромной, но речь шла не о коммерческой рекламе частной компании, намеревавшейся продать товар или услугу, а о пропаганде политических организаций» [1, с.73].

Гражданская война в Испании, столкнувшая республиканцев и националистов не только в военном плане, но и идеологически, сделала пропагандистские плакаты очень мощным оружием. Они стали символом эпохи Гражданской войны, поскольку республиканские и националистические силы использовали художников для мобилизации поддержки партийной идеи на протяжении всего периода конфликта. Форма общения была проиллюстри-

рована, так как большая часть страны была неграмотной. В националистической партии плакаты кричали о единстве Испании, веры и католицизма. «Главными символами являлись изображения нацистской свастики, стрел на заднем плане, которые Франко перенял от геральдического знака короля Фердинанда и королевы Изабеллы, так называемых «католических монархов», которые отвоевали Испанию от мусульманского правления в конце XV века, а также изображение двуглавого орла» [2, с. 17].

На франкистских плакатах также встречаются карикатуры на республиканцев. Архетип героя, очищающего свою землю от идеологического врага, универсален и встречается на политических плакатах в разных странах и в разное время. На франкистском плакате «Очистить Испанию!» (рис. 1) карикатурно изображены идеологические враги: большевизм и анархизм. «Нельзя не отметить тот факт, что франкисты активно изображали самого Ф. Франко на своих платках, что давало людям ощущение иллюзии постоянного присутствия вождя в их жизни. Другие люди не



Рис. 1. Франкистский плакат



Рис. 2. Франкистский плакат



Рис. 3. К. Фонтсере. Llibertat



Рис. 4. Ж. Ренау. Плод крестьянского труда

были достойны изображаться на плакатах, их лица были всегда нечитаемые» (рис. 2) [3, с. 196].

Республиканские плакаты были выполнены в стиле социалистического реализма. Общие темы включали идеализированные изображения крестьян или пролетарских рабочих, социалистическую символику, например, серп и молот, промышленные инструменты, шестерни и молотки, пятиконечные и трехконечные звезды. Подчеркивались важность образования, борьба с фашизмом, необходимость дисциплины.

На плакатах не было единого образа вождя, что означало свободу выбора их последователей. Республиканцы обращались к сюрреализму, они не боялись использовать новые формы, прибегали к карикатурам и аллегориям, плакаты были подобны художественным экспериментам, что однозначно делало их работы более интересными и художественными. Однако именно это и подрывало их успех, так как за всеми техниками терялся смысл произведения, и зритель не мог точно понять содержания иллюстраций, поэтому



Рис. 5. Ж. Ренау. Защитите с оружием в руках правительство, которое дало вам Землю»

пропаганда оппозиции одерживала верх.

Многие республиканские плакаты приехали из Барселоны, так как каталонский регион имел давние традиции революционной мысли и служил республиканским оплотом на протяжении всей войны. Среди них К. Фонтсере был одним из самых деятельных и влиятельных. Его плакат «Llibertat!» (рис. 3). На картине изображен крестьянин в красном шейном платке с правой рукой, сжатой в кулак и держащей серп. За его спиной развевается красно-черный флаг иберийской анархистской Федерации (F. A. I.), которая вместе с Национальной конфедерацией труда (C. N. T.)

сформировала анархо-синдикалистическое движение, которое лояльно поддерживало республиканскую армию во время войны. «В качестве типичного произведения визуальной пропаганды националистов можно привести плакат «К армии: хлеб, страна, справедливость»» [4].

В 1932 году Министерством сельского хозяйства был издан указ, согласно которому все земли, принадлежавшие сторонникам военного восстания, должны были быть переданы крестьянам страны, почти треть пахотных земель была перераспределена примерно 300 000 крестьян, что привело к еще более глубокому разделению уже расколотого общества. [5, с.201] После издания данного указа валенсийский художник Ж. Ренау был привлечен к пропаганде для распространения новости об аграрной реформе и уже в 1936 году занял пост главы Управления изящных искусств Министерства образования у республиканцев. Чтобы привлечь

внимание к аграрной реформе Ж. Ренау сделал фотомонтаж (рис. 4). Он изобразил поле, пересеченное семью бороздами в котором работает крестьянин с лошастью и плугом; в левом нижнем углу появляется рука (гигантская по сравнению с размером фермера), царапающая поле. К его запястью прибит штык винтовки, с которого свисает красный флаг с надписью: «Плоды труда крестьянина так же священны для всех, как и жалованье, получаемое рабочим».

Еще одной не малозначимой работой Ж. Ренау является плакат, заголовок которого гласил: «Защитите с оружием в руках правительство, которое дало вам Землю» (рис.5). Как у К. Фонтсере на плакате «Llibertat!» [6, с.119]. На плакате Ж. Ренау также изображен крестьянин с серпом, но в поднятой правой руке он также держит винтовку, на которой виднеется слово «декрет», в то время как штык оружия пронзает сердце змеи. Змея, здесь олицетворяет фракционного землевладелец. Змея была популярным символом, её использовали чтобы изобразить то, что считалось злым и коварным.

При написании «Комиссар – сила нашей народной армии» (рис. 6). Ж. Ренау сделал смелый и рискованный выбор, плакат



Рис. 6. Ж. Ренау. Комиссар – сила нашей народной армии

приобрел альбомный формат. Линия горизонта отделяет землю от грозового неба; на переднем плане вырисовывается решительная и длинная вытянутая рука военного комиссара со сжатым кулаком. Тем самым плакат выражает сопротивление фашизму [7, с. 64].

В начале XX века в Испании плакаты произвели своеобразный фурор, который позднее во многом повлиял на изобразительное искусство не только Испании, но и других стран. С течением временем плакаты преобразовывались и адаптировались под требования общества, сейчас мы можем видеть всевозможные рекламные постеры на билбордах, витринах и так далее, но, как и сто лет назад, плакаты несут в себе главную функцию — побуждение людей к действию, будь то покупка стиральной машины или защита животных. В результате исследования удалось выяснить, что в 30-х годах XX века плакаты в основном обладали политическим подтекстом, который мотивировал население на совершение поступков. Совершенно очевидно, что республиканские плакаты выглядели выигрышного на фоне изображений сторонников Франко, первые отличались яркостью, разнообразием и побудительной способностью, однако должный эффект не был достигнут и успех не настал. Причиной этого служили следующие факторы: республиканцы применяли сложные техники для восприятия обычным населением, люди теряли смысл плакатов за различными художественными экспериментами, также республиканцы не имели четких идеологических постулатов. Все это не позволило республиканцам утвердиться среди народа.

Библиографический список

1. **Tomas F.** Guerra civil Española y cartels de propaganda: el arte y las masas // Olivar. — № 8. — 2006. — P. 64–85.
2. **Basilio Miriam.** Visual Propaganda, Exhibitions, and the Spanish Civil War // Ahugate publishing. — New York, 2016. — 360 p.
3. **Томас Х.** Гражданская война в Испании. 1931–1939 гг. — Москва, 2003. — 196 с.
4. **Фомичев Н. Н.** Политический плакат Гражданской войны в Испании (1936–1939 гг.) как средство визуальной пропаганды / Н. Н. Фомичев,

Н.С. Бросова // Научные ведомости БелГУ. — № 7 (78). Выпуск 14. — Белгород, 2010. [эл. доступ]. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/151222242.pdf> (дата обращения: 30.01.2022).

5. **Мигей Е. В.** Плакат как политическое оружие республиканцев и франкистов во время гражданской войны в Испании 1936–1939 годов // Новая и новейшая история. — № 2, 2014. — С. 198–203.

6. **Соловей В. Д.** Revolution! Основы революционной борьбы в современную эпоху. М.: Эксмо, 2016. — 320 с.

7. **Подгорная В. В.** Визуальный образ как средство пропаганды: советская печать первого периода гражданской войны в Испании 1936–1939 гг. // Ярославский педагогический вестник. — № 2, 2005. — С. 62–66.

Бирюкова София Константиновна — бакалавр, Высшая школа международных отношений, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: biryukova.sk@edu.spbstu.ru.

Ощепкова Олеся Алексеевна — бакалавр, Высшая школа международных отношений, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: lecioshchepkova@gmail.com.

УДК 372.8

Упасак Босе
Южно-Уральский
государственный университет

УНИКАЛЬНОСТЬ КРЕАТИВНЫХ ГОРОДОВ И АНАЛИЗ ГОРОДА КАРГОПОЛЬ, КАК ОБРАЗЦОВОГО КРЕАТИВНОГО ГОРОДА АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. Креативные индустрии являются одной из современных моделей устойчивого экономического развития, успешно реализуемой в ряде регионов мира, особенно в Европе и Северной Америке. Современное градостроительство и застройка — один из важнейших критериев становления креативной экономики на микроуровне. В 2019 году Карго-

поль получил статус креативного города, признанного ЮНЕСКО. В данной статье автор исследует и анализирует необходимые характеристики и инфраструктуру креативного города в арктическом регионе на примере Каргополя в Архангельской области из Арктической зоны Российской Федерации.

Ключевые слова: Каргополь, Россия, креативный город, креативная индустрия, креативная экономика.

Upasak Bose
South Ural State University

UNIQUENESS OF CREATIVE CITIES AND ANALYSIS OF KARGOPOL CITY AS A MODEL CREATIVE CITY IN ARKHANGELSK OBLAST OF RUSSIAN FEDERATION

Abstract. Creative industries are one of the modern models of sustainable economic development implemented successfully in several regions of the world especially in Europe and North America. Modern urban planning and development is one of the most important criteria for establishing a creative economy in a micro-level. In 2019, Kargopol received the status of creative city recognised by UNESCO. In this article, the author studies and analyses the necessary features and infrastructure of a creative city in Arctic region with Kargopol in Arkhangelsk region as an example from the Arctic Zone of the Russian Federation.

Keywords: Kargopol, Russia, creative city, creative industry, creative economy.

In today's globalized new economy, cultural resources are considered as urban assets which play a major role in city planning and development. Cities are being viewed as unique brands instead of just places of residence [1]. A vibrant cultural environment boosts a city's attractiveness to tourists, talent and skilled workforce. A creative city is characterized by greater youth and female percentage in the workforce, high level of innovation and productivity, independent creative activities and higher level of education [2]. However, creativity is not just limited to music, films, literature or design. Scientific R&D activities and innovative solutions to production and engineering too belong to the class of creative sector

[3]. The concept of creative cities is more applicable to smaller cities and towns as a means of sustainable development in social and economic spheres. The local government can assist by providing tax benefits to local entrepreneurs, securing jobs for local people in local businesses etc [4]. According to Florida (2005), a creative city attracts talents from all across the globe who are influenced more by cultural facilities rather than recreational facilities available in the city [5]. A creative city is a relatively new concept that encompasses place, economy, people, and institutions. These stakeholders together create cultural vibrancy, creative economy and creative environment [6].

The cultural and creative cities monitor has three dimensions, sub-indices and indicators. The first dimension is cultural vibrancy which includes Cultural venues and facilities (landmarks, museums and art galleries, cinema, concert and theatres) and Cultural participation and attractiveness (tourist visits, museum visits, cinema audience and Satisfaction with cultural activities). The second dimension is creative economy which includes creative and knowledge based jobs (Jobs in arts, culture and entertainment, Jobs in media and communication), Intellectual property and innovation (information technology patent applications, community design applications) and new jobs in creative sectors (jobs in new arts, culture and entertainment, jobs in new media and communication). The final dimension is creative environment which includes human capital and education (graduates in arts and humanities, graduates in information technology, university rankings), openness, tolerance and trust (foreign graduates, foreign born population, tolerance for foreigners, integration of foreigners, people trust), local and international connections (accessibility to flights, accessibility by road, accessibility by rail) and quality of governance.

The idea of creative cities is multidimensional. One of the most important one is commercializing culture and removal of any barriers and limitations from the definition of culture being only for aesthetic value and not for commercialization. The second is immersing culture in the environment of competition and market forces. The third aspect is social inclusion. And finally following from inclusion is acceptance of change, new ideas and innovation [7]. In this process, cultural mapping among

diverse cultures plays a very important role. In results in generation of new knowledge, discovery of the unknown, identification of existing gaps and ways to fill up those gaps, connecting people and resources, evaluation of projects and finding efficient ways to complete them [8]. Cultural policies of the federal and local governments have a huge impact but framing of such policies is as complex as the very term «culture». The location of the city, government agenda, demography, literacy and several other factors influence the strategic measures of the government while framing cultural policies specific to a particular city.

Case of «Kargopol» as a creative city in Arkhangelsk Oblast in Russia

In 2019, UNESCO decided to add Kargopol into the list of creative cities in the area of crafts and folk art. The city has historical significance and was founded in 1146. Its population is around 10,000 and it is famous for its museums and traditional pottery [9]. There are more than 100 craftsmen living in the city who strives to preserve the local traditions. The official logo of the city contains the symbols of local clay toy and ginger cookie called «Teterka» which promotes the salient feature of the city and helps in creating a unique brand [10]. The city also specializes in tree bark carving and textile embroidery. The city holds several cultural events and festivals annually. «The International Celebration of Russia folk craftsmen» has been a tradition since 1991 and it attracts artists and craftsmen from not only different regions of Russia but also from Norway, Sweden, Finland etc. Then there is another unique festival known as «Crystal Bells Festival» which hosts ice sculptors and musicians even from Norway and Germany. The Kargopol State Museum organises an international research conference known as the «Kargopol Readings» every year since 1996 which too attracts talented participants from neighbouring countries. A project named «Designing the Future of Small Lands» has been launched to promote and market local handicraft products. This initiative is funded by the Kargopol Association of Public Organizations along with the Foundation of Presidential Grants of the Russian Federation and the local municipality. As a creative city based on handicrafts and folk art, the creative environment of the city

promotes sustainable development of native population involved in local folk businesses, motivates citizens to participate in the development of creative economy, raising funds for innovative ideas and new projects and creating awareness among children and youth about the rich cultural heritage and ways of protection and promotion of local practices. For this focus is made on education and programs are arranged in schools and colleges related to competitions and cultural exchange programs. The «Theatrical Wharf» festival organised at the Kargopol Cultural Development Center is a theatrical event highlighting the rich theatre and drama culture of Russia and it attracts dramatists and other artists from several parts of the country.

Conclusion

Creative environment and creative economies are concepts that are generic and inclusive of several factors. Cities can be defined as «creative» in one or several of these factors. In the case of Kargopol, the creative environment is centered around crafts and folk art. Similarly, a city can be creative in its collection of artifacts in museums or in its number of theatres and cultural centres. The deciding factors are demography, location, literacy, government policies, innovation culture and environment. The Russian Arctic region consists of huge landscape and extremely diverse population with different social, political, economic and cultural aspects. Hence there is no single solution for the creative sector in Russian Arctic Zone. Every territory demands distinct and unique methodology and planning. Every city has its own competitive advantage and should only focus on the available resources to build up on its creative environment. All stakeholders have a role to play in the process whether it be local government, innovators and entrepreneurs, indigenous population and non-profit and non-government organisations. With proper support from government, active participation of residents and ample sources of funding, cities can build up of their infrastructure to develop as places of interaction, exchange of novel ideas and organisation of cultural events. Russian Arctic zone is rich in cultural diversity, have higher levels of urbanisation compared

to Arctic regions of Europe and North America and have ample human and intellectual capital in place. These factors if properly harnessed can help in development of more creative cities and promotion of local culture, tradition, local crafts and products.

References

1. **Mercer, C.** (2006). Cultural planning for urban development and creative cities. – P. 2–27.
2. Cultural times. The first global map of cultural and creative industries. (2015). [online] Ernst & Young Global Limited. Available at: www.worldcreative.org [Accessed 19 Mar. 2022].
3. **Landry, C.** (n. d.). Creativity, Culture & the City: A question of interconnection. P. 2–31.
4. **Rivas, M.** (2011). From Creative Industries to the Creative Place Refreshing the Local Development Agenda in Small and Medium-sized Towns. [online] European Union. Available at: www.urbact.eu/project [Accessed 19 Mar. 2022].
5. **Byrne, T.** (n. d.). The creative city and cultural policy: opportunity or challenge? Cultural Policy, Criticism and Management Research. P. 52–78.
6. **Montalto, V., Saisana, M.** (2019). The Cultural and Creative Cities Monitor. [online] Italy: European Commission. Available at: <https://ec.europa.eu/jrc> [Accessed 19 Mar. 2022].
7. **Pratt, A. C.** (2010). Creative cities: Tensions within and between social, cultural and economic development. *City, Culture and Society*, 1(1), P.13–20.
8. **Ghilardi, L.** (2017). Making the most of cultural and creative resources: The Mapping and Strategy Building Handbook for Creative Towns and Regions. Culture and Creativity: EU-Eastern Partnership Program. P. 4–36.
9. *Russia-ic.com.* (n. d.). UNESCO will Include Kargopol (Arkhangelsk Oblast) into the Network of Creative Cities: Russia-InfoCentre. [online] Available at: <http://russia-ic.com/news/show/26021#.YjViDXpBzIV> [Accessed 19 Mar. 2022].
10. Информационный портал. (n. d.). Kargopol is designated as one of the UNESCO Creative Cities. [online] Available at: https://pomorland.travel/en/news/kargopol-is-designated-as-one-of-the-creative-cities-by-unesco/?special_version=Y [Accessed 19 Mar. 2022].

Upasak Bose – Postgraduate student, South Ural State University, Chelyabinsk, Russia. E-mail: upasakbosegre@gmail.com.

УДК 39

Анастасия Николаевна Владыкина
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОСОБЕННОСТИ ДИПЛОМАТИЧЕСКОГО ПРОТОКОЛА В КИТАЕ

Аннотация. Китайское и западное общества имеют совершенно разные культуры этикета, и их происхождение и развитие тесно связаны с их географической средой, историческим фоном и социальными условиями. С углублением процесса глобализации явление межкультурной коммуникации не только увеличивается, но и охватывает все больше и больше областей. Понимание различий между китайской и западной культурами может помочь людям правильно вести себя при китайском и западном сотрудничестве, избегать ненужных недоразумений и конфликтов, укреплять общение и устанавливать дружеские отношения. В статье рассматриваются особенности дипломатического протокола в Китае и его проявления в межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: Дипломатический протокол, Китай, дипломатия, культура.

Anastasia N. Vladykina
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

PECULIARITIES OF DIPLOMATIC PROTOCOL IN CHINA

Abstract. Chinese and Western societies have very different cultures of etiquette and their origins and development are closely related to their geographical environment, historical background and social conditions. With the deepening process of globalisation, the phenomenon of intercultural communication is not only increasing, but also covers more and more areas. Understanding the differences between Chinese and Western cultures can help people to behave correctly in Chinese and Western cooperation, avoid unnecessary misunderstandings and conflicts, strengthen communication and build friendships. This article

examines the characteristics of diplomatic protocol in China and its manifestation in intercultural communication.

Key words: Diplomatic protocol, China, diplomacy, culture.

Для большей части мира культура Китая остается непонятной, неизученной или совершенно загадочной. Как и в любой другой стране, в Китае существуют свои особые ожидания, обычаи и этикет ведения переговоров. Китайцы очень гордятся своими традициями и поэтому относятся к ним очень серьезно.

Дипломатический протокол подразумевает общепринятые правила и традиции, которые соблюдаются правительствами и официальными представительствами в международной коммуникации [1, с. 17]. В дипломатических отношениях при выражении уважения иностранных гостей дипломатический протокол является обычаем и представляет собой важный элемент дипломатических отношений. Целью данной статьи является выявление особенностей китайского дипломатического протокола.

В международном общении, помимо внимания к вежливости и этикету, так же следует уважительно относиться к обычаям и привычкам различных стран и национальностей. Понимать их манеры и этикет, чтобы действительно проявить уважение к другой стороне.

Следует принять во внимание следующие особенности дипломатического протокола в Китае на современном этапе:

Дипломатический протокол базируется на взаимном уважении и суверенном равенстве [2, с. 475].

Тенденция к увеличению числа многосторонних контрактов. Это породило множество новых вопросов в практике этикета.

Коннотации международного этикета стали более богатыми. Включает дипломатию, торговлю, культуру, образование, армию и т. д.

Тенденция к упрощению дипломатического протокола.

Китай славится своей богатой культурой и историей. Эта национальная самобытность проникает практически во все сферы жизни китайского общества, и бизнес не является исключением. Конфуцианство, названное в честь выдающегося китайского

философа и его учения, является центральной концепцией китайской культуры.

Одним из основных постулатов конфуцианства является внедрение четко определенной иерархии. Ранг человека соответствует тому уважению, которое он должен получать от других. В связи с этим неуважение или непочтительное отношение к руководству редко терпимо и часто оскорбительно [3].

Еще одним важнейшим компонентом ведения переговоров в Китае является гуаньси. Guanxi — это абстрактное понятие, которое представляет собой связи человека. В более глубоком смысле, оно относится к отношениям человека с различными людьми и к тому, как эти отношения могут быть использованы для оказания услуг, которые, в конечном счете, будут взаимными. При попытке установить новые связи обычно прибегают к услугам посредника, который уже имеет хорошие связи с тем, чтобы облегчить встречу и дальнейшее общение.

Когда вы впервые встречаете человека, то следует опустить голову или даже поклониться. При рукопожатии стоит использовать обе руки, если собеседник выше рангом, и слегка наклониться. Если же собеседник занимает ту же должность, то и вы, в таком случае допускается пожать одной рукой. Когда младший сотрудник или человек, занимающий более низкое положение, представляется старшему сотруднику или человеку, занимающему более высокое положение, вы должны действовать в соответствии с реакцией старшего сотрудника или человека, занимающего более высокое положение, то есть когда старший сотрудник или человек, занимающий более высокое положение, кивает вместо рукопожатия, младший сотрудник или человек, занимающий более низкое положение, должен кивнуть в ответ [4, с. 9]. При рукопожатии с молодой женщиной или женщиной из другой страны мужчины обычно не должны первыми протягивать руку. Мужчины должны снимать шляпы при рукопожатии и снимать перчатки для рукопожатия. Если мужчина здоровается с женщиной, тогда надо слегка сжать ее руку, используя пальцы, а не всю ладонь. Рукопожатие не должно длиться более трех секунд.

Первое, на что следует обратить внимание при рукопожатии, это порядок, в котором вы протягиваете руки. При рукопожатии с дамой, мужчины должны ждать, пока дама протянет руку первой, прежде чем пожать, если дама не протягивает руку, или нет намерения пожать руку, мужчины должны кивать и кланяться в знак приветствия, но не брать на себя инициативу пожать руку даме; при рукопожатии со старшими, молодые люди, как правило, должны ждать, пока старшие люди протянут руку первыми; при рукопожатии с начальниками, подчиненные должны ждать, пока начальники протянут руку первыми, прежде чем пожать руку. Кроме того, принимая гостя, хозяин обязан первым протянуть руку гостю в знак приветствия; провожая гостя, хозяин также должен проявить инициативу и пожать руку.

Важным аспектом дипломатического протокола является прием делегаций. Большое внимание стоит уделить рассадке гостей.

При встрече следует кивнуть и улыбнуться, извиниться перед ним, если вы не договорились о встрече заранее, а затем объяснить причину своего визита. Также возьмите на себя инициативу поприветствовать или кивнуть всем присутствующим.

Не рекомендуется садиться раньше, чем сядет кто-то другой (хозяин), сидите в вертикальном положении, слегка наклонитесь вперед и не вставайте с места.

Разговаривайте в позитивной манере и мягким тоном, внимательно слушайте, когда клиент говорит. Смотрите друг на друга и обращайтесь внимание на выражения лиц друг друга.

Во время встречи делегаций Китая и США в Анкоридже была допущена ошибка со стороны американцев. Они были недоброжелательны и агрессивно настроены по отношению к китайским делегатам [5]. Данный случай служит хорошим примером того, как малейшее отступление от дипломатического протокола может привести к неудовлетворительному исходу.

Когда стоите, держите верхнюю часть тела устойчиво, руки располагайте по бокам, а не за спиной или на груди, и не наклоняйте корпус в одну сторону. Когда хозяин встает или выходит из-за стола, встаньте одновременно, чтобы сделать жест. При первой

встрече или прощании с партнером будьте непритязательны, неторопливы, хорошо воспитаны и вежливы.

Что касается макияжа, женщинам разрешается подкрашивать губы и слегка подправлять пудру после еды в ресторане, и никто больше не поднимет по этому поводу шума. Если вам нужно причесаться, подточить ногти, нанести помаду и макияж или нанести помаду кисточкой, делайте это в гардеробной или умывальной комнате.

Аналогичным образом, вы должны стараться воздерживаться от поправки прически, одежды и смотра в зеркало в присутствии людей.

В мужском дресс-коде следует соблюдать «принцип трех цветов» (костюм, галстук, обувь должны состоять не более, чем из трех цветов).

Женская одежда – это формальная одежда, брюки, юбка (не должна быть короткой), нельзя оголять ноги, нельзя надевать черную кожаную юбку.

Женский дресс-код должен обращать внимание на шесть пунктов: не слишком короткий, не слишком обтягивающий, не слишком открытый, не слишком прозрачный, не слишком грязный, не слишком яркий [6, с. 328].

Оптимальная длина волос для мужчин – 7 сантиметров. Женщины должны собирать волосы.

Украшения должны быть одного качества и цвета и носиться в соответствии со своим статусом, не более трех видов украшений. Длина ожерелья и серег должна быть обратно пропорциональна лицу (длинные ожерелья для людей с круглым лицом и наоборот).

Стандартная поза, когда вы стоите, должна быть такой: грудь поднята, живот втянут, плечи ровно, руки естественно свисают вниз. Осанка в положении стоя должна быть правильной, не наклоняйте корпус. Правильная поза стоящих женщин: лучше всего, если одна нога находится немного впереди, другая – немного сзади, обе ноги близко друг к другу, руки сложены в нижней части живота.

Когда сидите, верхняя часть тела естественно прямая, обе руки согнуты в локтях, или обе руки наполовину держатся на коленях, ладони направлены вниз.

Хотя существуют конфликты и различия между западной культурой этикета и китайской культурой этикета, мы должны научиться принимать ее не только для того, чтобы уважать других и устанавливать хорошие дипломатические отношения, но также для соблюдения международного этикета и эффективного межкультурного общения. Во избежание конфликтов первая важная роль дипломатического протокола в межкультурном общении заключается в укреплении культурного обмена и сотрудничества во всех аспектах, развитии хороших международных отношений и достижении международного сотрудничества.

Вторая роль протокола в межкультурном общении заключается в объединении международного этикета с обыденным этикетом на основе признания и контакта с большим количеством культур и обычаев, а также создания собственной новой культурной системы. Если китайская культура не имела постоянных конфликтов и обменов с другими культурами, а продолжала впитывать в себя ее сущность, она не имела бы сегодня такой сильной жизненной силы, китайская этикетная культура в процессе исторического развития наделялась новым содержанием.

С развитием общества этикет также стал богаче. Помимо правильных слов и поступков, необходимо уметь идентифицировать себя со все более и более различными культурами, и обычаями. Мы должны признавать и уважать местные особенности разных стран и регионов. Это основной принцип нашего межкультурного обмена и сотрудничества с зарубежными странами. Это общее правило международного этикета, характеризующееся соблюдением местных обычаев. Третья роль этикета в межкультурном общении заключается в понимании общего культурного развития страны через понимание этикетной культуры страны, а также в признании и уважении местных особенностей разных стран и регионов. Только поняв и освоив правила этикета разных стран, мы можем использовать эти правила, чтобы стремиться к большему

пространству на международной арене, и можем сформулировать гибкие правила этикета в соответствии с международной практикой, возобновить систему интересов, ориентированную на мир, и лучше интегрироваться в мировой процесс глобализации.

В заключение следует отметить, что китайские дипломаты ценят культурные различия, поскольку они не ожидают от вас полного понимания китайской деловой культуры.

Однако, зная наиболее распространенные аспекты китайского дипломатического этикета, вы сможете эффективно строить тесные отношения с вашими китайскими партнерами. Эти тесные отношения могут привести к успешным переговорам.

Библиографический список

1. **Егоров В. П.** Дипломатический протокол и этикет: учеб. Пособие. – М. : Юридический институт МИИТа, 2013. – 200 с.
2. **Журавель Н. А.** Протокольная служба и особенности дипломатического протокола КНР // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества. – 2015. – С. 474–477. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23390126> (дата обращения 31.03.2022).
3. **Кухаренко С. В.** Культурные особенности делового общения и делового этикета в Китае // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества. – 2019. – С. 53–56. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_37642001_25387399.pdf (дата обращения 21.03.2022).
4. **Молочков Ф. Ф.** Дипломатический протокол и дипломатическая практика. – М., 1979.
5. **Мишельченко А.** Пospорили о протоколе: делегации США и Китая остались недовольны встречей в Анкооридже // Газета.ru. – 2021. URL: https://m.gazeta.ru/politics/2021/03/19_a_13517384.sh.. (дата обращения 31.03.2022).
6. **Белозерцева Я. И.** Деловой этикет в Китае // Языки. Культуры. Перевод. – 2015. – № 1. – С. 327–333. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25483442> (дата обращения 21.03.2022).

Владыкина Анастасия Николаевна – студент, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия. E-mail: an.vladykina20@gmail.com.

Глеб Сергеевич Дуганов
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

СЕВЕРНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ: НАСТОЯЩЕЕ, ПРОШЛОЕ И ПРОБЛЕМЫ БУДУЩЕГО

Аннотация. В статье рассматриваются эволюция и развитие политики Северного измерения, изменения, которые она претерпевала в контексте современных трендов международных отношений. Тема статьи актуальна, поскольку Северное измерение, будучи инициативой Финляндии, являлось довольно успешным примером реализации регионального сотрудничества между Европейским союзом и Россией, которое, как приходит к выводу автор статьи, в силу значимости региональной взаимосвязанности не будет в комплексе остановлено, но будет претерпевать значительные изменения, что также отразится на процессах европейской интеграции и дезинтеграции.

Ключевые слова: дезинтеграция, региональное сотрудничество, Северное измерение, Европейский союз.

Gleb S. Duganov
Peter the Great St. Petersburg
olytechnic University

THE NORTHERN DIMENSION: PAST, PRESENT AND PROBLEMS OF THE FUTURE

Abstract. The article studies the evolution and development of the Northern Dimension policy, the changes that it has undergone in the context of modern trends in international relations. The topic of the article is relevant, since the Northern Dimension, being an initiative of Finland, was a rather successful example of the implementation of regional cooperation between the European Union and Russia, which, as the author of the article concludes, due to the importance of regional interconnectedness, will not be stopped in a complex, but will undergo significant changes, which will also affect the processes of European integration and disintegration.

Keywords: Disintegration, regional cooperation, Northern Dimension, European Union.

С середины 1990-х годов одним из наиболее перспективных стратегических направлений Евросоюза являлось развитие сотрудничества с государствами прилегающих регионов, которое получило название «измерение». Первой инициативой, запущенной в рамках этой политики, стал «Барселонский процесс», который впоследствии получил название «Южное измерение». Объяснялось это решение прежде всего тем, что страны-участницы Евросоюза на тот момент экономически и культурно-исторически тяготели скорее к средиземноморскому региону. Ситуация стала меняться в середине 1990-х, когда в 1994 г. впервые началась дискуссия, предложенная премьер-министром Финляндии Эско Ахо о появлении политики Северного измерения. Швеция и Финляндия стремились привлечь внимание Евросоюза, исходя из своих интересов в экономической и политической интеграции в Европейское сообщество [2]. Несмотря на изначальную незаинтересованность Брюсселя из-за недостаточной перспективности направления, президент Финляндии Мартти Ахтисаари и министр иностранных дел Пекка Хаависто отмечали, что пространство инициативы «Северного измерения» способно стать площадкой взаимодействия с Россией, которое, при этом, могло бы ассоциироваться не только с привычной дихотомией «запад – восток», но и способное выстроить собственную северную модель [2].

В 1995 году Финляндия и Швеция вступили в Евросоюз, что дало значительный стимул к развитию политики Северного измерения. Этому способствовало несколько факторов: в ходе расширения ЕС на восток, часть южного, а также всё северное и западное побережья Балтийского моря оказались внутри её границ, более того, ещё 4 страны Балтийского региона претендовали на вступление в Евросоюз, но наиболее важно, что появилась граница ЕС с Россией, протяжённостью в 1300 километров.

Само название «Северного измерения» определяет значительно возросшую значимость региона в продолжающейся политике интеграции европейского общества: несмотря на то, что страны, на которые направлена инициатива, выходят за рамки Балтий-

ского региона, все они на момент запуска этой политики состояли в Совете государств Балтийского моря (СГБМ), Организации субрегионального сотрудничества стран Балтийского региона, Хельсинской комиссии и пр. [1]. Таким образом, развитие региона непосредственно связано с Балтийским морем и, по аналогии с «Южным измерением», именуемым также «Средиземноморским», «Северное» можно было бы назвать «Балтийским». Официально инициатива была оформлена и выведена на официальный уровень в 1997 году премьер-министром Финляндии Пааво Липпоненом в Рованиemi на конференции, посвящённой проблемам в Баренцевом регионе. Одна из основных тем, изложенная в его речи, была посвящена гармоничному развитию региона и его безопасности путём налаживания контактов с Россией в условиях тесного соседства [4].

Финляндия внесла большой вклад для развития политики Северного измерения, что подтверждается тем фактом, что наиболее серьезные успехи в этой инициативе пришлись на время председательства Финляндии в Евросоюзе (1999, 2006, 2019). Так, в период председательства 2006 года Северное измерение превратилось в четырёхстороннюю политику между Евросоюзом, Россией, Норвегией и Исландией [2].

Четырёхстороннее соседство динамично продолжалось вплоть до 10-х годов. Наметившийся после кризис в отношениях ЕС и России во многом повлиял на заморозку многих инициатив в рамках политики Северного измерения, тем не менее, в силу значимости регионального сотрудничества, проекты не были остановлены полностью. К примеру, в 2014 и 2016 гг. были проведены совещания высших должностных лиц в Осло и в Рейкьявике соответственно, посвященные актуальности продолжения сотрудничества в Балтийском регионе и за его пределами. Так Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР) и Европейский инвестиционный банк (ЕИБ) с 2014 года воздерживаются от финансирования экологических проектов на территории России, однако в 2017 году при поддержке Северной экологической финансовой корпорации началась подготовка небольших проектов по ограничению

выбросов черного углерода на территориях Республики Карелии и Вологодской области. В ходе заседания старших должностных лиц Северного измерения в Брюсселе 5 марта 2019 года эта инициатива была всецело поддержана [5]. Президент Финляндии С. Нийнисте отмечал, что политика Северного измерения, «испытывающая некоторое затишье» [4], во время председательства Финляндии в Евросоюзе в 2019 году вновь стала важной частью политической программы.

Ситуация осложнилась в феврале-марте 2022 года после введения комплекса санкций со стороны стран Европы и США, уже 9 марта Европейская служба внешних связей сообщила о приостановке развития сотрудничества в рамках Северного измерения с Белоруссией и Россией по политическим причинам [6]. Ко всему прочему, в силу тесной логистической ресурсной взаимосвязи регионов, как в случае с магистральным газопроводом «Северный поток – 2», который попал под санкции с последующей приостановкой сертификация газопровода, поставлено под вопрос будущее сотрудничества в Балтийском регионе. Согласно риторике теоретиков международного права, на контрасте с успешной интеграцией Северного измерения в 1990-х – 2000-х, на современном этапе особую актуальность приобрели процессы дезинтеграции [4].

Таким образом, на основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что Северное измерение, будучи перспективной, выдвинутой Финляндией, показало свою состоятельность на протяжении интеграционных процессов 1990-х – 2000-х годов, в ходе которых Евросоюз расширил свою территорию и получил протяженную границу с Россией. Однако, в силу меняющейся геополитической ситуации, измерение претерпевает определенные изменения в условиях интенсивности развития. Несмотря на напряжение на международной арене, тесная финансовая и ресурсная связанность регионов не позволяет прийти к выводу о возможности полного прекращения интеграционных процессов. На наш взгляд, более вероятным представляется пересмотр условий сотрудничества, когда как сам прецедент свидетельствует о пер-

спективах изменений общих тенденций в процессах европейской интеграции и дезинтеграции.

Библиографический список

1. **Болотникова Е. Г., Межевич Н. М.** Политика «Северного измерения»: современное состояние и перспективы развития // Балт. Рег., 2010. № 4. С. 115–126.

2. **Володькин А. А.** «Северное измерение» Европейского союза и региональное сотрудничество на Балтике [электронный ресурс] // Журнал международного права и международных отношений. 2006 – № 4. Режим доступа: <https://evolutio.info/ru/journal-menu/2006-4/2006-4-volodkin>. (дата обращения: 11.03.2022).

3. **Грубинко А. В.** (2015). Роль безопасности Великобритании в формировании внешней политики и политики безопасности ЕС в контексте ведущих теорий евроинтеграции // Вестник МГИМО Университета. С. 18–25.

4. **Ланко Д. А.** Северное измерение как перспективная модель взаимодействия ЕС с крупными державами в условиях обострения дезинтеграционных процессов на европейском пространстве. // Управленческое консультирование. 2021 (7) 19.

5. **Williams, L. K.** The Baltic Sea Region: Forms and Functions of Regional Co-operation [Electronic resource] // Humboldt-Universitat zu Berlin. Mode of access: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.473.326&rep=rep1&type=pdf>. (Date of access: 15.03.2022).

6. European Commission. European Neighborhood Policy and Enlargement Negotiations. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/news/northern-dimension-policy-joint-statement-european-union-iceland-and-norway-suspending-activities-2022-03-08_en – (дата обращения: 24.03.22).

Дуганов Глеб Сергеевич – бакалавр, кафедра «Международные отношения», Санкт-Петербургский Политехнический Университет имени Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: gleb_duganov@mail.ru.

УДК: 314.742

Татьяна Дмитриевна Егорова
Санкт-Петербургский
государственный университет

ВЛИЯНИЕ НАРРАТИВОВ В ТРАДИЦИОННЫХ СМИ НА СООБЩЕСТВА ИММИГРАНТОВ В ШВЕЦИИ

Аннотация. В статье исследуется взаимосвязь между нарративами, представляемыми в статьях об иммигрантах в наиболее популярном шведском периодическом издании, и социальным разрывом между шведами и иммигрантами. С использованием методов качественного контент-анализа установлено, что представления об иммигрантах в шведском обществе и крупных национальных медиа достаточно сильно различаются. Образ иммигрантов в крупных шведских СМИ в основном положительный, упор в журналистских материалах ставится на освещение проблем, возникающих у мигрантов в процессе интеграции, и в меньшей степени – на представление объективных фактов (статистики, хронологии принятия политических решений). Формирование образа «Другого» в отношении мигрантов в шведском обществе происходит в связи с действием других факторов.

Ключевые слова: социология, миграция, интеграция, СМИ, контент-анализ, Швеция.

Tatiana D. Egorova
Saint-Petersburg State University

IMPACT OF TRADITIONAL MEDIA NARRATIVES ON IMMIGRANT COMMUNITIES IN SWEDEN

Abstract. The article explores the correlation between the narratives of immigrants in most popular Swedish mainstream media outlet and the social gap between Swedes and immigrants. Using the methods of qualitative content-analysis it is established that the public and mainstream media's portrayal of immigrant communities differ quite drastically. The image of immigrants in mainstream Swedish media is mostly positive, the emphasis in journalistic materials is on the coverage of the problems that migrants face in the process of

integration, and to a lesser extent on the presentation of objective facts (statistics, chronology of political decision-making). The formation of the image of the «Other» in relation to migrants in Swedish society occurs due to the presence of other factors.

Keywords: sociology, migration, integration, media narratives, content analysis, Sweden.

Введение

В процессе изучения сообществ мигрантов и процессов, напрямую их затрагивающих, необходимо учитывать многие факторы. В настоящее время лидеры принимающих стран в основном понимают важность создания эффективной законодательной базы для интеграции иммигрантов. Однако, на практике, успешная интеграция удается далеко не всем государствам, отчасти из-за количества факторов, которые необходимо сбалансировать для формирования устойчивой интеграционной системы.

В Швеции проблема интеграции иммигрантов до сих пор не решена, несмотря на то, что предпринимаемые государством меры являются одними из самых инновационных в Европе. В нашем исследовании мы в первую очередь сосредоточиваемся на причинах данной неэффективности, выявляя ошибки, которые могут возникнуть в таких областях, как жилищная политика, социальные предрассудки и политические дискурсы.

В данной статье мы стремимся установить взаимосвязь между социальными предрассудками, формирующимися под влиянием СМИ, и интеграцией иммигрантов. Для этого, мы задаем вопрос о том, какие нарративы, связанные с иммиграцией, представляют шведской публике традиционные СМИ, и можно ли связать неэффективность интеграционной политики с ними.

Несмотря на то, что данная проблематика крайне популярна, не так много статей рассматривают результаты своего контент-анализа в связке с другими факторами, способствующими формированию социальных предрассудков: пространственной сегрегацией, политическими убеждениями и влиянием общественных мнений. В нашей финальной работе по данной теме, все вышеу-

помянутые факторы будут рассмотрены как система, а результаты предварительных исследований будут сопоставлены друг с другом по силе их воздействия на иммигрантские сообщества.

Методология и теоретическая база исследования

Исследование для статьи проводилось методом качественного контент-анализа материалов крупнейшего и старейшего шведского новостного издания — *Svenska Dagbladet (SvD)*, количество ежедневных читателей которого превышает 900 тыс. человек [1]. У таблоида одна из самых разнообразных читательских баз во всей Швеции. Многочисленные информанты разных этнической, экономической и образовательной принадлежности заявляли о своем доверии к мнениям, высказанным в SvD.

Для обеспечения соответствия результатов этого и других исследований, временные рамки сужены до периода лета 2015 г. (начала миграционной волны) и лета 2019 г. (время проведения полевого исследования). Выборка состоит из заголовков и подзаголовков статей, опубликованных на сайте SvD за эти два трехмесячных периода.

Всего было проанализировано 90 заголовков и подзаголовков статей с использованием методов, описанных в Krippendorff, 2004 [2]. По итогам исследования, статьи поделены на три группы: положительные/сочувствующие иммигрантам и их трудностям, негативные/критические по отношению к ним, и сбалансированные/нейтральные, которые, в зависимости от читателя, могут быть уведены в обе полярности. Важно отметить, что SvD-online — это подписной сервис: полные статьи доступны для платных подписчиков, а заголовки и подзаголовки доступны для широкой читательской базы. Таким образом, именно заголовки и подзаголовки статей являются наиболее важными их частями с точки зрения доступности и охвата читательской базы.

Гипотеза статьи заключается в том, что образ иммигрантов в крупных СМИ оказывает влияние на формирование образа «Другого», создающего социальный разрыв между шведами и имми-

грантами. Гипотеза возникла во время полевого исследования в июне 2019 г., когда наша исследовательская группа столкнулась с тем, что информанты нешведского происхождения выражали нежелание отзываться на определенные темы из-за идеи, что интервьюер может быть журналистом, стремящимся изобразить их самих и их сообщество в негативном свете.

Понятие «Другой» в данном исследовании трактуется в соответствии с концептуальной базой школы социального конструктивизма, в частности работами А. Вендта [3], то есть как феномен, потенциально угрожающий чувству безопасности в обществе, где он появляется, и тем самым способствующий дальнейшему социальному расслоению.

Результаты

Хотелось бы начать с одного из наиболее объективных результатов исследования: общего количества статей, в заголовках и подзаголовках которых упоминается иммиграция. Как уже упоминалось ранее, в ходе сбора выборки, мы провели отбор материалов, которые потенциально могут возыметь какое-либо влияние на иммигрантские сообщества и привести к изменению их восприятия шведским обществом. Из сотен публикаций, нами было выбрано 55 в летние месяцы 2015 г., а к тому же периоду 2019 г. их число сократилось до 35. Это снижение может быть связано с хронологией миграционного кризиса: начало кризиса подогрело интерес к проблемному характеру иммиграции и интеграции в Швеции. К 2019 г. интерес к теме несколько угас, а проблемы кризиса стали скорее обыденной реальностью, чем явлением, угрожающим прежним социальным механизмам. Таким образом, любой дальнейший рост количества статей в период с 2019 г. до момента проведения очередного полевого исследования может свидетельствовать либо об эскалации кризиса или его последствий, либо о подвижках в политическом дискурсе интеграции.

Вторым наблюдением является тематика материалов. В 2015 г. статьи не имели четкой общей направленности, затрагивая вопро-

сы политики ЕС и других стран, личные истории иммигрантов, исторические иммиграционные факты, и даже критикуя расистские высказывания. Однако к 2019 г. больше внимания уделяется именно политике страны в сфере приема иммигрантов, интеграции, трудоустройства и жилья, формируя общую тематику периода.

Важной особенностью является соотношение негативных и позитивных статей в оба периода. Хотя в 2015 г. статьи более разнообразны, в целом они более позитивны и сочувственны к проблемам иммигрантов – будь то в Швеции или в любой другой стране [4]. Даже статьи, в которых приводятся статистические данные и факты об изменениях в политике без изложения мнения авторов, более вероятно оказать положительное влияние на сообщество иммигрантов и их отношения со шведами. В статьях на политические темы открыто критикуются спорные вопросы, такие как запреты на иммиграцию и реформы, затрудняющие интеграцию [5]. Из 55 статей лишь 14 можно считать негативными/критическими или имеющими общее негативное влияние (даже если в них не приводится точка зрения автора).

При рассмотрении статей 2019 г., многие все еще симпатизируют иммигрантским сообществам, особенно в рамках тем подъема ультраправых в Европе и президентства Д. Трампа [6]. Однако преобладающая категория, материалы политической направленности, часто поддерживают инициативы радикальных в своей иммигрантской повестке партий [7], потенциально способные затруднить интеграцию и спровоцировать рост сегрегации. Заметна попытка сбалансировать эти статьи критическими [8], но они проигрывают первым по количеству, а в них самих прослеживается та же риторика, что сигнализирует об изменениях в общественном мнении о мигрантах. Количество статей, в той или иной степени негативных, по-прежнему довольно низкое – лишь 9 из 35 потенциально могут привести к формированию негативных стереотипов и, таким образом, к сегрегации и дискриминации. Однако сами формулировки статей выглядят гораздо более радикальными. Так, например, иммигрантов чаще

сравнивают со шведами [9], что также способствует выделению «Других» в видении читателей. Помимо того, «истории жизни» иммигрантов, публикуемые в 2019, ориентированы на более проблемные группы (малообеспеченные, неквалифицированные) [10], что также может стимулировать сегрегацию и снизить чувство безопасности в обществе.

В целом, можно заключить, что нарративы об иммигрантах более чем что-либо зависят от общих социальных тенденций того времени, при этом в начале кризиса преобладает большее разнообразие и неопределенность, а при становлении проблемы обыденной – более системный подход к проблеме. Присутствует также радикализация взглядов, хотя существенного увеличения количества негативных нарративов по теме не наблюдается. По мере того, как взгляды на проблему становятся более резкими, таковыми становятся и мнения, высказываемые журналистами и политиками. Таким образом, ожидается, что в дальнейшем произойдет еще большая радикализация, если существенным образом не изменится интеграционная и иммиграционная политика в стране.

Выводы

В результате данной работы гипотеза не была доказана, что свидетельствует о необходимости дальнейших исследований.

Установлено, что корреляция между нарративами крупных СМИ и социальными предубеждениями в отношении иммигрантов практически отсутствует, в основном из-за двух факторов:

– процент негативных нарративов довольно мал по сравнению с количеством позитивных, симпатизирующих или объективных нарративов. Такая доля негативных нарративов слишком мала для формирования стереотипов в более широком масштабе, особенно таких, которые могут спровоцировать общенациональные сегрегационные процессы;

– связанные с иммиграцией нарративы, представленные в традиционных средствах массовой информации Швеции, в основ-

ном нацелены на сокращение разрыва и образование населения, не вовлеченного в систему, о проблемах, возникающих на пути интеграции.

Эти факторы также указывают на то, что формирование представления о том, что стереотипы об иммигрантах формируются благодаря СМИ, неверно для крупных изданий. Возникает вопрос, происходит ли это из-за нарративов в более узконаправленной периодике (газетах определенных политических партий или политических групп). Существует вероятность того, что эффективность интеграционной политики в значительной степени влияет на политический дискурс по теме, поскольку наиболее радикальными и критическими материалами являлись таковые политического характера: обзоры политики различных партий или выступления их спикеров на дебатах.

Библиографический список

1. SvD fick 136% fler prenumeranter. // Dun & Bradstreet. – URL: <https://www.dnb.com/sv-se/om-oss/vara-kunder/svd/> (accessed: 22.02.2022).
2. **Krippendorff K.** Content analysis: an introduction to its methodology. – Sage, 2004. – 413 p.
3. **Wendt A.** Collective identity formation and the international state. // American Political Science Review. – 1994. – Vol. 88 (2). – P. 384–396.
4. Så integrerades Balkanflyingarna. // Svenska Dagbladet Online. – 07.07.2015. – URL: <https://www.svd.se/sa-integrerades-balkanflyktingarna> (accessed: 10.03.2022).
5. «Sverigedemokraterna lurar väljarna» // Svenska Dagbladet Online. – 04.08.2015. – URL: <https://www.svd.se/sverigedemokraterna-lurar-valjarna> (accessed: 10.03.2022).
6. Trump: USA ska «avslägsna» olagligt invandrare. // Svenska Dagbladet Online. – 18.06.2019. – URL: <https://www.svd.se/trump-usa-ska-avslagsna-olagligt-invandrade> (accessed: 14.03.2022).
7. M: Språkreform behövs mot integrationskrisen. // Svenska Dagbladet Online. – 01.07.2019. – URL: <https://www.svd.se/m-sprakreform-behovs-mot-integrationskrisen> (accessed: 14.03.2022).
8. «Viktigare ställa högre krav på SFI-utbildarna». // Svenska Dagbladet Online. – 01.07.2019. – URL: <https://www.svd.se/viktigare-stalla-hogre-krav-pa-sfi-utbildningen> (accessed: 14.03.2022).

9. De är stoltast över Sverige – en grupp sticker ut. // Svenska Dagbladet Online. – 06.06.2019. – URL: <https://www.svd.se/de-ar-mest-stolta-over-sverige-en-grupp-sticker-ut> (accessed: 14.03.2022).

10. Flyttade till Stockholm från Indien: «Inget lätt beslut». // Svenska Dagbladet Online. – 17.07.2019. – URL: <https://www.svd.se/flyttade-till-stockholm-fran-indien-inget-latt-beslut> (accessed: 14.03.2022).

Егорова Татьяна Дмитриевна – магистрант, Исследования Балтийских и Северных стран, Факультет международных отношений, Санкт-Петербургский государственный университет; г. Санкт-Петербург, Россия. E-mail: egorovatanad@gmail.com.

УДК 327.7

Елена Алексеевна Жербина
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РАМКАХ АРКТИЧЕСКОГО СОВЕТА

Аннотация. Статья рассматривает историю развития взаимоотношений восьми стран – Дании, Исландии, Канады, Норвегии, России, США, Финляндии и Швеции – в рамках Арктического Совета. Совет, основанный в 1996 году, является основным межправительственным форумом, способствующим поддержанию и развитию сотрудничества в Арктическом регионе. Повышенный интерес к данной территории объясняется ее природным богатством, по объему запасов нефти и газа шельфы Северного Ледовитого океана превосходят все остальные океаны Земли, а также геополитическим положением. Арктический Совет создавался в целях обеспечения охраны окружающей среды и содействия устойчивому развитию приполярных регионов, однако в наши дни его деятельность многогранна и охватывает многие сферы международного сотрудничества.

Ключевые слова: Арктика, Арктический Совет, международное сотрудничество, история, охрана окружающей среды.

Elena A. Zherbina
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

HISTORY OF THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL RELATIONS WITHIN THE FRAMEWORK OF THE ARCTIC COUNCIL

Abstract. The article examines the history of the development of international relations between eight subarctic countries within the framework of the Arctic Council. The Council is the main intergovernmental forum that promotes the maintenance and development of cooperation in the Arctic region. The increased interest in this territory is due to its natural wealth as well as its geopolitical position. The Arctic Council was created to protect the environment and promote the sustainable development of the circumpolar regions, but today its activities are multifaceted and cover many areas of international cooperation.

Keywords: Arctic, Arctic Council, international cooperation, history, environmental protection.

Вопрос развития международных отношений в Арктическом регионе представляет особый интерес, так как указанная территория является одной из наиболее перспективных для освоения, и за господство над ней претендуют многие страны Евразии, Северной Америки и даже некоторые государства, расположенные гораздо южнее, например, Китай и Япония. Более того, резкий рост интереса к региону был вызван гипотезой о резком потеплении климата, что вызвало опасения по поводу надвигающейся экологической угрозы [1, с. 7]. Арктический Совет, основанный в 1996 году по инициативе Канады, является ведущей межправительственной организацией, осуществляющей свою деятельность в Арктическом регионе. Её основными целями являются координация сотрудничества между приарктическими государствами и коренными народами Севера по вопросам охраны окружающей среды и устойчивого развития арктического региона.

В процессе написания статьи были использованы такие теоретические методы исследования как анализ и систематизация полу-

ченных данных, а также были проанализированы документы Арктического Совета и труды авторов, исследовавших данную тему.

Основными, постоянными членами Арктического Совета являются восемь стран – Дания, Исландия, Канада, Норвегия, Российская Федерация, Соединенные Штаты Америки, Финляндия и Швеция, которые по очереди занимают место страны-председателя на двухлетний период. Так, в 2021-2023 гг. председательство в Арктическом совете перешло Российской Федерации. Основные направления деятельности Россия выразила в своей комплексной программе [2], эти направления включают: 1) Поддержание устойчивости и жизнеспособности народов Севера; 2) Охрана окружающей среды; 3) Социально-экономическое развитие; 4) Укрепление Арктического Совета.

История взаимоотношений восьми стран в арктическом регионе начинается с 1989 года, когда в финском городе Рованиemi была проведена конференция по вопросам охраны окружающей среды в Арктике [3, с. 1]. Результатом встречи стало подписание в 1991 году «Стратегии защиты окружающей среды Арктики» [4], согласно которой страны признают существование проблемы загрязнения окружающей среды и осознают, что могут решить ее лишь совместными усилиями.

По мере развития сотрудничества между приарктическими государствами возникла острая необходимость создания собственной организации. Так, на основе Оттавской декларации 1996 года [5], 19 сентября был создан Арктический Совет. Страны-учредители единогласно изъявили желание поддерживать устойчивое развитие Арктического региона, ставили целью поиск совместных путей решения проблем, и выразили стремление способствовать охране и защите природных экосистем Арктики, а также оказывать культурную и социальную поддержку народам Севера. Стоит отметить, что в соответствии с Оттавской декларацией страны-участницы Арктического Совета не имеют права заниматься вопросами военной безопасности в Арктическом регионе [6, с. 5].

Важное место в деятельности Арктического Совета занимают встречи и конференции, проводимые на регулярной основе. Пер-

вая подобная встреча, Международная конференция Парламентариев Арктического совета по развитию и охране Арктического региона, состоялась в Рейкьявике (Исландия) в августе 1993 года. В 1994 году был создан постоянный комитет Конференции, проводимой до четырёх раз в год. В наши дни основными задачами постоянного комитета являются вопросы арктических перевозок, образовательной и исследовательской политики, улучшения условий жизни жителей Арктики и проблемы климатических изменений.

Во время председательствования Дании в Арктическом совете (2009-2011 гг.), было подписано первое официальное соглашение организации – «Соглашение о сотрудничестве в авиационном и морском поиске и спасании в Арктике» [7]. Согласно этому документу, страны-участницы договора имеют право запросить разрешение на оперативную процедуру пересечения границы других стран «восьмерки», что в значительной степени облегчает проведение поисково-спасательных операций на территории, подконтрольной Арктическому Совету.

В 2013 году, во время председательствования Швеции, было подписано «Соглашение о сотрудничестве в сфере готовности и реагирования на загрязнение моря нефтью в Арктике» [8]. Страны, подписавшие соглашение, обязывались в случае опасности загрязнения нефтепродуктами предпринять быстрые и эффективные действия для сведения к минимуму возможного ущерба.

С 2010 года регулярно проводится Международный арктический форум «Арктика – территория диалога», на котором обсуждаются важнейшие вопросы сотрудничества государств в Арктическом регионе. VI Арктический форум должен был состояться 11-13 апреля 2022 года в Санкт-Петербурге, однако был отменен, при этом все вопросы, которые планировалось обсудить на форуме, будут рассмотрены на последующих саммитах, круглых столах, научно-практических конференциях в рамках председательства России в Арктическом Совете.

Работа Арктического совета осуществляется на основе консенсуса и единогласного принятия решения. В мае 2019 года,

впервые за время существования организации, страны не смогли принять совместную декларацию в связи с возникшими разногласиями по вопросу об изменении климата [3, с. 7]. Этот инцидент стал публичным признанием наличия противоречий внутри «восьмерки».

Последнее на данный момент ежегодное совещание Арктического форума было проведено 16-18 ноября 2021 г. в формате видеоконференции. На этой встрече российской стороной был предложен проект «Безопасность в Арктике», который был единогласно поддержан участниками Арктического Совета. Целью проекта является разработка системы оценки и мониторинга переносов болезнетворных патогенов в Арктическом регионе. Также в ходе совещания были обсуждены вопросы строительства ледокольного и аварийно-спасательного флота, защиты окружающей среды на Северном морском пути и безопасности мореплавания.

К настоящему моменту Арктический Совет приобрел статус уникального международно-правового механизма для координации политики приарктических государств и представителей северных народов в регионе. К ключевым результатам деятельности Совета можно отнести комплексные исследования социальных и экологических проблем в регионе, а также составление и подписание юридически обязывающих соглашений о взаимодействии в Арктике.

Библиографический список:

1. Арктика: новый формат международного сотрудничества = Arctic: a New Framework of the international Cooperation / Н. М. Антюшина. — М. Ин-т Европы РАН, 2014. — 138 с.
2. Программа председательства Российской Федерации в Арктическом Совете в 2021-2023 годах, 2021. — 13 с.
3. **Журавель В. П.** Арктический совет: основные вехи развития (к 25-летию образования). — М. Ин-т Европы РАН, 2021. — 12 с.
4. Стратегия защиты окружающей среды Арктики от 14 июня 1991 года — Рованиemi, 1991.
5. Декларация об учреждении Арктического Совета от 19 сентября 1996 года — Оттава, 1996

6. **Вылегжанин А. Н.** Арктический совет: статус и деятельность. Доклад № 67/2021 / А. Н. Вылегжанин, Российский совет по международным делам (РСМД). — М.: НП РСМД, 2021. — 94 с.

7. Соглашение о сотрудничестве в авиационном и морском поиске и спасании в Арктике от 12 мая 2011 года — Нуук, 2011.

8. Соглашение о сотрудничестве в сфере готовности и реагирования на загрязнение моря нефтью в Арктике от 15 мая 2013 года — Кирун, 2013.

Жербина Елена Алексеевна — студент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия. E-mail: elena.zherbina@mail.ru.

УДК 316.422.44

Дарья Аркадьевна Земцова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙНА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ТРЕНДОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация. Блокчейн, лежащая в основе биткоина технология, имеет потенциал создать новую экономическую систему, революционизировав способ коммуникации через интернет. Цель блокчейна как системы заключается в повышении безопасности и прозрачности информации путем обмена зашифрованными данными между одноранговыми сетями (P2P). Благодаря тому, что блокчейн делает акцент на безопасности и доверии, растет спрос на применение технологии блокчейн в различных секторах бизнеса. Децентрализованная природа блокчейна создает новую концепцию экономики токенов, в которой доходы сообщества могут быть распределены между фактическими производителями контента и пользователями услуг, создающими ценность. В этой статье рассматривается, как технология блокчейна и криптовалюты развиваются и взаимосвязаны в создании экономики токенов с помощью различных бизнес-моделей. Ожидается, что блокчейн станет ключевой технологией в новой экономической парадигме.

Ключевые слова: блокчейн, криптовалюта, экономика, финансовый инструмент.

BLOCKCHAIN TECHNOLOGY IN THE CONTEXT OF MODERN GLOBALIZATION TRENDS

Abstract. The blockchain, which underlies Bitcoin, has the potential to create a new economic system, revolutionizing the method of communication over the Internet. The purpose of the blockchain as a system is to increase the safety and transparency of information by exchange of encrypted data between single-rating networks (P2P). Due to the fact that the blockchain focuses on safety and trust, the demand for the use of blockchain technology in various business sectors is growing. The decentralized nature of the blockchain creates a new concept of the tokens economy, in which community revenues can be distributed between actual content manufacturers and users of services that create value. This article considers how blockchain technology and cryptocurrencies are developing and interconnected in creating the tokens economy using various business models. The blockchain is expected to become a key technology in the new economic paradigm.

Keywords: blockchain, cryptocurrency, economics, financial instrument.

Криптовалюта представляет собой в контексте экономики новейший финансовый инструмент, исследование которого только начинает занимать свое место в прикладной экономической науке.

Как явление криптовалюта связана с появлением новой технологии блокчейна. Блокчейн (англ. blockchain, изначально block chain – цепь из блоков) есть технология децентрализованного, то есть распределенного, никому не принадлежащего и надежно зашифрованного при помощи криптографии высокого уровня хранилища информации. [1, 3–5] По сути, блокчейн – это распределенный реестр записей, в котором информация о сделке делится и проверяется участниками сети P2P (peer-to-peer) [2]. Информация о транзакциях, проверенная механизмом консенсуса сети, может быть добавлена к существующим блокам, и после добавления в цепочку блок не может быть изменен. Поскольку все транзакции в системе блокчейн подтверждаются и записываются на основе

консенсуса узлов сети, необходимость в доверенном центральном органе отпадает [3]. Биткоин, первую глобальную децентрализованную валюту, можно рассматривать как один из примеров успешного применения блокчейна, поскольку он представляет прямую ценность для тех, кто изначально использовал его в качестве альтернативного способа оплаты. С развитием технологии блокчейн ожидается, что она расширит свои возможности для токенизации и децентрализации не только валюты, но и других бизнес-активов [4].

Благодаря тому, что блокчейн уделяет особое внимание безопасности и доверию, эта технология отлично подходит для финансового сектора, где до недавнего времени ее популярность была ограниченной. Такая децентрализованная система повышает доверие между торговыми сторонами и может снизить затраты на транзакции за счет прямого соединения потребителей и поставщиков и минимизировать вероятность возникновения конфликтов или ошибок в контрактах благодаря автоматизации проверки выполнения всех условий со стороны продавца и со стороны покупателя (т. е. смарт-контрактам).

Журнал *The Economist* (2015) назвал блокчейн «машиной доверия» и предсказал, что система блокчейн в будущем будет осуществлять надежные транзакции без вмешательства человека. В истории человечества эмиссия денег всегда контролировалась и управлялась государственными органами, такими как, например, центральное правительство. Значение биткоина заключается в том, что это новая валютная система, созданная анонимным разработчиком в частном секторе.

Поскольку нет централизованной эмиссионной организации, криптовалюта значительно отличается от фиатных денег, управляемых государством. Учитывая экстремальные изменения цены биткоина в прошлом, необходимо отметить, что криптовалюты имеют пределы с точки зрения стабильности денежной стоимости. Таким образом, считается преждевременным полностью заменять фиатные деньги криптовалютами. Тем не менее, на сегодняшний день в мире обращается более 1400 криптовалют по всему миру,

что подчеркивает гибкость и потенциал бизнес-моделей на основе блокчейна [5].

Хорошим примером бизнес-инновации на основе блокчейна является американский блокчейн-стартап SyncFab, который помогает покупателям найти производителей, напрямую соединяя две стороны чтобы сократить время и маркетинговые расходы, необходимые каждой стороне для поиска другой; платформа также гарантирует эффективное отслеживание продукции, контроль качества и автоматизированные платежи. В ходе всего процесса интеллектуальная собственность, включая идею продукта и процесс его производства, защищена с помощью блокчейна и в режиме реального времени возможно обновление компонентов и отслеживание производственного процесса для использования в управлении цепочками поставок (SCM). Криптовалюта, выпускаемая SyncFab, используется в качестве токена полезности для проведения транзакций в рамках платформы.

Другим примером бизнес-инновации на основе блокчейна является тайваньский стартап BioIPSeeds. Эта компания помогает исследователям в области биомедицины свободно обмениваться идеями с помощью технологии блокчейн. Некоторая информация исследователей, которой можно обмениваться, например, IP Summary (или исследовательская идея), может быть загружена в систему, чтобы получить других исследователей или партнеров по финансированию, в то время как индивидуальные данные или конфиденциальные знания могут быть нотариально заверены с помощью блокчейна. Когда партнеры по исследованиям найдены, информация может передаваться между участниками исследования только посредством процессов шифрования и дешифрования, а все транзакции записываются в блокчейне. Эта открытая система на основе блокчейна имеет потенциал к инновационному росту в нынешних условиях, когда конкуренция за технологические инновации очень высока, а неопределенность и риск в развитии технологий растут.

Блокчейн не является панацеей для промышленного развития; таким образом, в настоящее время нет необходимости перестра-

ивать всю хорошо работающую систему полностью на блокчейн. Однако, он имеет большой потенциал в тех областях, для которых надежность транзакций важна, а эффективность транзакций может быть повышена за счет снижения брокерских расходов.

Walmart работает с технологией блокчейн от IBM для отслеживания процесса распределения продуктов питания и повышения надежности в процессе поставок. Maersk делится информацией о транзите грузов в режиме реального времени с помощью блокчейна и повышает эффективность и прозрачность логистики перевозок. В Швеции технология блокчейн применяется в национальной системе сделок с недвижимостью для ускорения эффективной и прозрачной регистрации земельных участков и одновременно предотвращения подделок и фальсификаций в ходе процесса.

Большинство исследований в области блокчейна сосредоточено на том, как улучшить конфиденциальность и безопасность системы блокчейн, и на его возможных применениях, однако, его потенциальные бизнес-модели не активно изучаются [6].

По словам Мелани Свон, автора книги «Blockchain: Blueprint for a New Economy» и основателя Института науки блокчейна, развитие технологии блокчейн делится на три этапа [7]. В блокчейне 1.0 инновации происходят в существующей валютной системе, как это видно на примере платежей и денежных переводов, использующих криптовалюты. Биткойн является парадигмой технологии блокчейна 1-го поколения, которая является значимой, поскольку в ней была предпринята попытка внедрить единую глобальную финансовую систему, основанную на децентрализации.

В блокчейне 2.0 автономный контракт может быть реализован с помощью Ethereum's Smart Contract, который называется 2-м поколением блокчейна. Смарт-контракт устанавливает содержание контракта и условия исполнения заранее и автоматически исполняет контракт, когда эти условия выполняются [8]. Эта автоматизация предполагает, что компьютерные коды могут приступить к заключению юридически эффективного контракта без необходимости в доверенной третьей стороне, которая является необходимой для нынешней системы условного депонирования. Появление

ние смарт-контракта демонстрирует применимость блокчейна в качестве онлайн-платформы, которая позволяет осуществлять все виды транзакций за пределами биткоина [8; 9, 173–190].

Наконец, блокчейн 3.0 – это этап, на котором технология блокчейн широко распространяется и применяется во всем обществе. Как основная инфраструктура грядущей четвертой промышленной революции, блокчейн, как ожидается, создаст новую промышленную экосистему, поскольку он применяется в различных областях помимо финансового сектора.

До сих пор интерес к блокчейну в основном сосредоточен на волатильности цен на криптовалюты и их прибыльности. Однако, криптовалюты представляются скорее способом использования услуг блокчейна. Их можно рассматривать как новую бизнес-модель, которая может заменить существующие платежные системы [10]. В настоящее время блокчейн быстро развивается с точки зрения масштабируемости и производительности системы благодаря развитию алгоритмов консенсуса в децентрализованных системах. Более того, появляются различные формы моделей блокчейна в промышленных секторах. Дидрих [11] утверждает, что для того, чтобы применить блокчейн в реальных бизнес-моделях, необходимо уделять первостепенное внимание развитию самой технологии. Учитывая текущий экспоненциальный рост вычислительных технологий, ожидается, что блокчейн достигнет значительного технологического прогресса в ближайшем будущем.

На фоне растущего интереса к блокчейну по всему миру, международное сотрудничество по использованию технологии блокчейн растет. Глобальные финансовые институты пытаются создать экосистемы платформ, таких как R3 CEV LLC и Hyperledger, чтобы стандартизировать услуги блокчейн. Венчурная компания R3 управляет крупнейшим консорциумом в сфере разработки применения технологии блокчейн в финансовых системах [12, 434–456] и в нем участвуют около 70 финансовых учреждений, включая Bank of America (BOA), Citigroup и HSBC. R3 Corda – это новая децентрализованная финансовая сервисная платформа, разработанная R3CEV специально для операций с финансовыми услуга-

ми. В проекте Hyperledger под эгидой Linux Foundation участвуют многие компании, включая Ripple, IBM, JP Morgan Chase и Cisco, и все транзакции, основанные на этой системе, являются открытыми для участников сети и защищены с помощью шифрования [13]. Проект направлен на разработку блокчейн-платформы, которая позволяет создавать индивидуальные услуги на основе потребностей пользователей. Он разработан с открытым исходным кодом для корпоративных расчетов, отслеживания продукции и управления проектами. IBM и консорциум Hyperledger недавно представили корпоративную блокчейн-сеть под названием Fabric, возглавив распространение технологии блокчейн во всем мире с помощью блокчейн-технологии с открытым исходным кодом [14, 653–657].

Поскольку ожидания в отношении промышленного применения блокчейна возрастают, обеспечение взаимосвязанности между различными платформами блокчейн становится все более важным. Поскольку количество технологий на основе блокчейна, как ожидается, будет увеличиваться в будущем, существует необходимость в промышленных стандартах, которые могут обеспечить работу блокчейн-экосистемы. Для поддержки конвергенции гетерогенных платформ индустрии блокчейна посвящают себя разработке технологий, например, Sidechain обеспечивает безопасную торговлю криптовалютами различных блокчейнов [15], а Cosmos поддерживает совместимость различных блокчейн-платформ [16].

Кажется очевидным, что блокчейн станет одной из ключевых технологий грядущей цифровой эпохи [17], вкпе с искусственным интеллектом и IoT (Интернет вещей). Связь между устройствами IoT через блокчейн позволяет новым узлам легко участвовать в сети без необходимости в центральной системе, тем самым снижая затраты и увеличивая масштабируемость и сохраняя надежность и безопасность передачи данных. Например, в SCM (управление цепочками поставок) блокчейн IoT-система соединяет производителей, розничных торговцев и потребителей через сеть узлов, обеспечивая прозрачную и надежную информацию в ряде процессов, связанных с поставкой и потреблением продукции [9]. В сочетании

с технологией искусственного интеллекта блокчейн также может способствовать более плавному дорожному движению в интеллектуальной транспортной системе в качестве базовой технологии для передачи и анализа данных между транспортными средствами, поставщиками услуг и системными администраторами.

Тем не менее, в глобальном масштабе индустрия блокчейна все еще находится в зачаточном состоянии. Таким образом, существует множество технологических и юридических вопросов, которые необходимо преодолеть. По сравнению с централизованной системой, системы блокчейн до сих пор сдерживаются низкой скоростью транзакций в секунду (TPS) из-за механизма консенсуса.

Технологическому прогрессу должны предшествовать расширение услуг блокчейна в различных промышленных областях, где требуется быстрая обработка больших объемов данных. Например, недавно разработанные криптовалюты, такие как EOS и Cardano, являются новыми блокчейн-проектами, призванными решить проблемы биткойна и Ethereum, такие как низкая скорость обработки данных и отсутствие функции управления [18].

Чтобы оживить бизнес-модель блокчейна, необходимо также разработать правовую и институциональную основу для подготовки к будущей токенизированной экономике. В отличие от краудфандинга, токенами блокчейна на глобальном рынке можно гибко торговаться, что предоставляет огромные инвестиционные возможности [19, с. 567–575]. Подобно инновациям социальных сетей в сфере коммуникации, бизнес-модель на основе блокчейна революционизирует существующие венчурные инвестиции более прозрачным и демократичным способом так, что каждый сможет принять участие в раннем инвестировании. Финансовые учреждения должны рассматривать крипто токены как дополнение к существующим валютам и, таким образом, обеспечивать достаточную ликвидность рынка. Это также необходимо, чтобы правительство разработало правовую базу для защиты прав потребителей [3].

Пришло время обратить внимание на истинную ценность технологии, лежащей в основе криптовалют: блокчейн. Улучшения прозрачности и надежности транзакций, которые обеспечивает

блокчейн, имеют огромное значение, поскольку они позволяют достичь более объективного и справедливого консенсуса с точки зрения технологических инноваций и социальных перспектив.

Библиографический список

1. **Davidson J.** The Digital Coin Revolution – Crypto Currency – How to Make Money Online – JD-Biz Corp Publishing, 2013. – 3–5 с.
2. **Nakamoto, S.** Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system. – 2008.
3. **Renneck, M. J. W., Cohn, A. & Butcher, J. R.** Blockchain technology and regulatory investigations – Steptoe, 2018.
4. **Tapscott, D. & Tapscott, A.** Blockchain revolution: How the technology behind Bitcoin is changing money, business and the world. – New York, NY: Penguin, 2016.
5. **Zhang, W., Wang, P., Li, X. & Shen, D.** Some stylised facts of the cryptocurrency market. // Applied economics. – 2018. – Vol. 50, №. 55. – P. 5950–5965.
6. **Yang, D., Gavigan, J. & Wilcox-O’Hearn, Z.** Survey of confidentiality and privacy preserving technologies for blockchains. – 2016.
7. **Swan, M.** Blockchain: Blueprint for a new economy. – 2015.
8. **Buterin, V.** A next generation smart contract and decentralised application platform [White paper ICO]. Ethereum. – 2014.
9. **Reyna, A., Martin, C., Chen, J., Soler, E. & Díaz, M.** On blockchain and its integration with IoT: Challenges and opportunities // Future Generation Computer Systems. – 2018. – No. 88, P. 173–190.
10. **Hileman, G. & Rauchs, M.** Global cryptocurrency benchmarking study. – Cambridge Center for Alternative Finance, 2017.
11. **Dietrich, H.** Ethereum: Blockchains, digital assets, smart contracts, decentralised autonomous organisations. – Middletown, DE: Wildfire publishing, 2016.
12. **Prasad, S., Shankar, R., Gupta, R. & Roy, S.** A TISM modelling of critical success factors of blockchain based cloud services. // Journal of Advances in Management Research. – 2018. – Vol. 15, No. 4. – P. 434–456.
13. **Cachin, C.** Architecture of the hyperledger blockchain fabric. – 2016.
14. **Sankar, L. S., Sindhu, M. & Sethumadhavan, M.** Survey of consensus protocols on blockchain applications. – Piscataway, NJ: Institute of Electrical and Electronic Engineers, 2017.
15. **Pilkington, M.** Blockchain technology: Principles and applications. In F. X. Olleros & Zhegu (Eds.). Research handbook on digital transformations. – Cheltenham, UK: Edward Edgar, 2015.

16. **Tasca, P. & Tesson, C.** Taxonomy of blockchain technologies: Principles of identification and classification. – 2018.

17. **Deloitte.** Impacts of the blockchain on fund distribution. – 2018.

18. **Chatsko, M.** Can Cardano replace Bitcoin and Ethereum. – The Motley Fool, 2018.

19. **Chen, Y.** Blockchain tokens and the potential democratisation of entrepreneurship and innovation. // *Business Horizons*. – 2018. – Vol. 61, № 4. – P. 567–575.

Земцова Дарья Аркадьевна – студент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия. E-mail: d.a.zemtsova@yandex.ru.

УДК 008

*Елизавета Михайловна Ионина,
Александра Сергеевна Пашкова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

«МЯГКАЯ СИЛА» КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЙ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ ИСПАНИИ

Аннотация. В данной статье приведены способы, методы и примеры проявления мягкой силы государства, то есть использование мягкой силы в осуществлении внешней культурной политики на примере Королевства Испания. Рассмотрена внешняя культурная политика Испании, основные направления и ключевые проблемы эффективного развития данной политики на современном этапе. Делается вывод о том, что при рациональном применении мягкой силы во внешней культурной политике Испании, образ государства может существенно совершенствоваться, то есть внешняя культурная политика будет иметь перспективы развития.

Ключевые слова: внешняя культурная политика государства, мягкая сила, Королевство Испания, культурное наследие.

*Elisaveta M. Ionina,
Aleksandra S. Pashkova*
Peter the Great St. Petersburg
Polytecnic University

«SOFT POWER» AS A TOOL FOR IMPLEMENTING FOREIGN CULTURAL POLICY OF SPAIN

Abstract. This article discusses the concept of soft power, the definition of this concept, the meaning. The ways, methods and examples of the manifestation of the soft power of the state are given, that is, the use of soft power in the implementation of the foreign cultural policy of the Kingdom of Spain. The foreign cultural policy of Spain is considered, the main elements of the concept of soft power are given, and the key problems hindering the effective development of cultural policy are analyzed. The emphasis is placed on the designation of these problems and on the forecast of further development of the country's foreign cultural policy. It is concluded that with the rational use of soft power in Spain's foreign cultural policy, the image of the state can be significantly improved, that is, foreign cultural policy will have prospects for development.

Keywords: cultural policy, soft power, Spain, cultural heritage, foreign cultural policy.

Проблематика «мягкой силы» как инструмента реализации внешней культурной политики государства является актуальной в настоящее время. Большинство стран все сильнее стремятся к интернационализации, унификации и интеграции. Глобализация мирового сообщества носит как положительный, так и негативный характер, но стоит понимать, что сохранение культурных ценностей и их распространение необходимо, ведь глобализация происходит в том числе благодаря обмену культурными ценностями той или иной страны.

Внешняя культурная политика – это определенные меры, которые разрабатываются тем или иным государством и затем, реализуются на международной арене. Целью данной политики является продвижение национальной культуры и языка. Выполняя определенные задачи, государство укрепляет свой авторитет, формирует и поддерживает репутацию на международном уровне.

В рамках культурной политики решаются многие задачи, стоящие перед государством. Это и сохранение культурного наследия, и поддержка творчества, и распределение «культурного продукта». Понятие «мягкая сила» было введено в науку американским ученым Дж. Наем в 1990 году, и является прямой противоположностью «жесткой силы» и описывается как «способность вызывать у третьих лиц интерес, привязанность и побуждать их к совершению нужных действий, используя символические ресурсы, цивилизационную и гуманитарно-культурную деятельность» [1, с. 16].

Применение инструментов «мягкой силы» в Испании было необходимо, ведь перед государством стояла назревшая проблема – восстановление авторитета и былого могущества своей державы после продолжительной изоляции, длившейся практически 4 десятка лет в связи с существованием режима генерала Франко. За это время престиж испанских национальных брендов занимал последние позиции в мировом рейтинге. Несмотря на свои бесценные достопримечательности в области истории и культуры, а также привлекательное положение на географической карте, Испания не занимала ключевой позиции по привлекательности национальной «марки». Однако начиная с 2000-ых испанские власти задумываются о перспективах развития внешней политики страны, внедряя концепцию мягкой силы.

В разработке внешнеполитических приоритетов Испании большую роль играют аналитические институты, наиболее известным из них является институт Элькано в Мадриде под покровительством Филиппа VI. Исследователям данного института удалось внести несколько программ по разработке концепции мягкой силы. Также инструменты оценки и мониторинга постепенно внедряются в политику Испании. Например, MESIAS (*Marca España Applied Intelligence and Follow – up System*). Это центр аналитики, который занимается разведкой национального бренда без идеологического предвзятости и финансирования от государства. Его цель состоит в «комплексном отслеживании состояния бренда Испании и разработке рекомендаций для укрепления его конкурентоспособности» [3, с. 78]. Нужно понимать, что в стране не существует

единого документа, который бы регламентировал культурное сотрудничество во всех сферах. Помимо Института Элькано, важнейшим фактором в формировании внешней культурной политики Испании является Институт Сервантеса. Основными целями данного учреждения являются непосредственная популяризация испанского языка по всему миру, а вместе с тем создание благоприятного имиджа своей страны на мировой арене, и, конечно, поддержание теплых отношений со странами-единомышленниками. Элементами данного учреждения стали различные программы обучения испанскому языку, большая библиотечная сеть, а также популярный интернет-центр под названием «Centro Virtual Cervantes», позволяющий полностью погрузиться в изучение языка и культуры, находясь в любой точке мира.

Приводя примеры применения мягкой силы, стоит упомянуть, что в Испании с 2011 года реализуется «Национальный план внешней культурной деятельности». В нем делается акцент на несколько важных направлений развития. Это сохранение многообразия испаноязычной культуры, ее наследия, ведение межкультурного диалога и развитие сотрудничества, как в культурной, так и в научной областях. Это также положительно повлияет на экономическое положение в стране, повысит репутацию Испании и ее национальную безопасность. Ведь интересы государства защищены лучше, если международные организации ориентированы на культурное наследие и общие ценности.

Существуют разные методы и способы влияния внешней культурной политики на другую страну. Распространение языка является одним из них. Повышение интереса других государств к языку данной страны помогает укрепить также и ценность её культуры. Таким образом, происходит проникновение культуры страны в информационно-коммуникативное сообщество, что позволяет вести диалог с другими странами, развивать сотрудничество и взаимодействовать на разных уровнях [4, с. 269].

Одним из инструментов внешней культурной политики является модернизация дипломатии. Элементами культурной дипломатии стали художественная культура, туризм, образование, спорт,

объекты культурного наследия. Именно благодаря культурной дипломатии улучшаются отношения между странами. Использование мягкой силы и ее культурное влияние, государство меняет культурные коды других стран на свой код или побуждает местные культурные и политические элиты вырабатывать собственные ложные коды.

Проявление мягкой силы, как уже упоминалось ранее, заключается в распространении языка, культуры Испании. Но важно отметить и способы привлечения внимания к Испании, что, по сути, и является элементом мягкой силы – ненавязчиво заинтересовать жителей разных стран в социокультурной среде страны. Так, постоянные слухи и скандалы, происходящие внутри королевской семьи и ее приближенных. Бурный интерес общественности вызывают ссоры, обманы и прочее, соответственно, Испания все чаще появляется в СМИ, тем самым увеличивая распространенность своей культуры.

Другое проявление мягкой силы – улучшение имиджа страны на международной арене за счет расширения дипломатических связей [5, с. 84]. Это проявляется в инициировании различных международных проектов в рамках ЕС. Так, Испания была посредником в региональных и национальных конфликтах (например, в Центральной Америке), организовывала крупные международные встречи (Конференция по мирному урегулированию на Ближнем Востоке в Мадриде, в 1991 г.), или же проект под названием Барселонский процесс [6, с. 86], который превратил средиземноморское направление в одно из наиболее перспективных в деятельности Евросоюза. В целом, большое значение в испанском внешнеполитическом курсе имело латиноамериканское направление, укрепление политического и экономического взаимодействия Испании и Латинской Америки. Поэтому в 1990-е Испания активно работала над концепцией объединения «Сообщества иберо-американских наций» для укрепления языковой, этнокультурной и этнической общности.

Проблема проявления мягкой силы Испании как инструмента внешней культурной политики проявляется в трудностях в реали-

зации проектов, связанных с данной темой: сложности в распространении языка, культуры Испании и т.д. Особенности мягкой силы любой страны можно узнать благодаря изучению ее динамики и тенденций, а также через анализ сильных и слабых сторон политики государства. Испания – явный лидер в сфере туризма, языка, культуры, но отстает в технологическом и экономическом развитии, что напрямую влияет на потенциал мягкой силы.

Другая проблема, влияющая на проявление мягкой силы Испании – это ее отставание в экономическом и военном плане от ведущих держав мира. Это связано с колониальным прошлым и отстраненностью королевства от мировых конфликтов XX века. Но улучшении экономики и параллельно с этим защита культурных ценностей страны положительно отразится на проявлении мягкой силы Испании и обязательно эффективно повлияет на распространенность языка и культуры королевства.

Подводя итоги, в данной статье были рассмотрены элементы мягкой силы, способы их проявления и проблемы их распространения. Были изучены проекты Испании по реализации мягкой силы, приведены примеры элементов мягкой силы в Испании. Было выяснено, что проблемы проявления мягкой силы в Испании существуют, и определены причины этих проблем. Можно сделать вывод о том, что стремление Испании к реализации различных проектов для развития своей внешней культурной политики и для распространения этой культуры заметно. Соответственно и распространение элементов мягкой силы, таких как язык, его культура, будет продолжаться, будут улучшаться способы и методы этого проявления и, в перспективе, внешняя политика Испании будет оставаться успешной на протяжении долгого периода времени.

Библиографический список

1. **Русакова О. Ф.** Мягкая сила: теория, ресурсы, дискурс / О. Ф. Русакова. – Текст: электронный. – Издательский Дом «Дискурс-Пи», 2015. – 376 с. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-myagkoy-sily-soft-power-v-sovremennoy-politicheskoy-filosofii> – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 24.03.2022).

2. **Фукуяма Ф.** Конец истории и последний человек / Ф. Фукуяма. — Текст: электронный. — «Издательство АСТ», 2004. — 487 с. — URL: http://lib.ru/POLITOLOG/FUKUYAMA/konec_istorii.txt — Режим доступа: <http://lib.ru/> (дата обращения: 24.03.2022).

3. **Борзова А. Ю.** Марка Испании: разработка государственной политики Испании по реализации «мягкой силы». / А. Ю. Борзова. // Вестник РГГУ. — Серия «Политология. История. Международные отношения», 2020. — С. 77–93. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marka-ispaniya-razrabotka-gosudarstvennoy-politiki-ispanii-po-realizatsii-myagkoy-sily> — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 24.03.2022).

4. **Горлова И. И.** Культура как «мягкая сила»: инструменты и точки приложения / И. И. Горлова. // Теория и практика общественного развития. — № 15, 2018. С. 268–272. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-kak-myagkaya-sila-instrumenty-i-tochki-prilozheniya> — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 24.03.2022).

5. **Мухаметов Р. С.** Специфика общественной дипломатии как инструмента внешней политики государства. / Р. С. Мухаметов // Известия Уральского федерального университета. — Серия 3. — Общественные науки. — № 2 (128), 2014. С. 84–90. — URL: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/25264/1/iuro-2014-128-10.pdf?ysclid=11bxc7to9n> — Режим доступа: <https://elar.urfu.ru/> (дата обращения: 24.03.2022).

6. **Ramiro P.** Marca España. ¿A quién beneficia? / P. Ramiro. // Barcelona: Icaria, 2014. — P. 44–98.

Ионина Елизавета Михайловна — бакалавр, Высшая школа международных отношений, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: lizaionina@mail.ru.

Пашкова Александра Сергеевна — бакалавр, Высшая школа международных отношений, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: pashkovichka@mail.ru.

УДК: 339.94

Никита Дмитриевич Калинин

Санкт-Петербургский государственный университет

ФОРМИРОВАНИЕ РОССИЙСКО-БРАЗИЛЬСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ЭПОХУ МНОГОПОЛЯРНОГО МИРОПОРЯДКА

Аннотация. Статья посвящена российско-бразильских отношений в контексте современных международных отношений. Гражданский конфликт на Украине и ряд других событий расколол международное сообщество по принципу, близкому к блоковому разделению времён Холодной войны. В настоящее время мы можем наблюдать заметный рост международного напряжения по оси Россия — США. Латинская Америка всегда была стратегически важным регионом для обеих этих стран. Особенно это касается такой страны, как Бразилия. В настоящее время, когда де-факто ликвидирован однополярный миропорядок, Россия стремится найти поддержку в разных регионах мира. Анализ степени взаимодействия России и Бразилии может лучше понять положение международных отношений на современном этапе. Также рассмотрение данной темы позволит определить внешнеполитическую позицию Бразилии как региональной державы.

Ключевые слова: межкультурный подход, дискурс-анализ, контент-анализ.

Kalinin Nikita Dmitrievich

St. Petersburg State University

FORMATION OF RUSSIAN-BRAZILIAN RELATIONS IN THE ERA OF MULTIPOLAR WORLD ORDER

Abstract. The article is devoted to Russian-Brazilian relations in the context of modern international relations. The civil conflict in Ukraine and a number of other events have split the international community on a principle close to the bloc division of the Cold War. Currently, we can observe a noticeable increase in international tension along the Russia-US axis. Latin America has always been a strategically important region for both of these countries. This is especially

true for a country like Brazil. At present, when the unipolar world order has been de facto eliminated, Russia seeks to find support in different regions of the world. An analysis of the degree of interaction between Russia and Brazil can better understand the state of international relations at the present stage. Also, the consideration of this topic will determine the foreign policy position of Brazil as a regional power.

Keywords: intercultural approach, discourse analysis, content analysis.

В условиях сформировавшейся международной ситуации в настоящее время Россия переживает непростой этап в международных отношениях. Украинский кризис, который тянется с 2014 г., препятствует нормализации сотрудничества России со странами Запада, в том числе вызывает давление США на партнёров России [1]. Политолог-американист Малек Дудаков считает, что Вашингтон по-прежнему рассматривает Латинскую Америку как эксклюзивную сферу своего влияния.

«Все помнят пресловутую доктрину Монро XIX века. От нее, конечно, давно отказались, но тем не менее Латинская Америка для США — «задний двор», поэтому они стараются нивелировать там влияние других игроков, — России, Китая», — сказал американист [1]. Это касается и Бразилии, которая, тем не менее, стремится отстаивать независимый вектор внутренней и внешней политики.

Целью исследования является определение степени важности российско-бразильского сотрудничества в рамках современных международных отношений.

Поставленная цель обуславливает формулировку **задач исследования:**

— определить наличие общих интересов у России и Бразилии и уровень заинтересованности Бразилии в сотрудничестве с Россией;

— определить уровень заинтересованности России в сотрудничестве с Бразилией;

— определить перспективы сотрудничества России и Бразилии.

Проведенное исследование построено на **методологической базе дискурс-анализа и контент-анализа.**

Отношения России и Бразилии в XXI веке развиваются довольно динамично. В 2000г. страны заключили Договор о партнёрских отношениях, первым в истории двусторонних отношений визитом Бразилию стал визит Владимира Путина в 2004г. [2]. Также президенты России посещали Бразилию в 2008 и 2014 годах. Президенты Бразилии посещали Россию в 2002, 2005, 2010, 2012 и 2017 годах [2]. Можно предположить, что в настоящее время администрация Болсонару продвигает идею более *многовекторной внешней политики*: в условиях крайне вероятного охлаждения отношений с США и Китаем военные предлагают развивать связи с региональными лидерами - Индией, Южной Кореей, Ираном, Великобританией и Россией, при этом внешнеполитическое мышление Вашингтона уже не будет играть роль ориентира (аналитический телеграмм-канал «Байки из фавел»).

Немаловажным сигналом к перемене курса было смена Эрнесту Араужу на посту министра иностранных дел на более прагматичного Карлуша Франсу. Это можно уподобить смене Литвинова на Молотова, когда советское государство стремилось вести менее идейную внешнюю политику. Новый министр сменил ряд послов в разных регионах, в том числе в России. Посольство Бразилии в Москве возглавил Баена Соарес, который сразу приступил к активным встречам с делегациями российских компаний и ректорами университетов [3]. Также в сентябре 2021г. Москву посетил министр энергетики и горнорудной промышленности Бразилии Бенту Альбукерке, который провёл рабочие встречи с руководством Газпрома и принял участие в Российской энергетической неделе [4]. В ноябре Москву посетила министр сельского хозяйства Бразилии Тереза Кристина, заключившая ряд сделок по поставкам удобрений из России [5].

Бразилия стремится дистанцироваться от непосредственно российских внешнеполитических проблем. Министр иностранных дел ФРБ Карлуш Франса заявил, что Бразилия поддерживает дружеские отношения и с Россией, и с Украиной, и выступает за дипломатическое решение нынешней эскалации. После протестов Белого дома по поводу заявленного визита Болсонару в Москву

14–20 февраля 2022г., Франса заявил, что на встрече президентов не будет обсуждаться украинский вопрос – встреча касается только сферы российско-бразильского сотрудничества [1]. Стоит отметить, что выражением желания Бразилии дистанцироваться от участия в политическом противостоянии стал тот факт, что 11 февраля бразильский МИД направил украинскому МИДу поздравление в честь 30-летия установления дипотношений [6].

Болсонару лично прокомментировал информацию о давлении со стороны Вашингтона в связи с подготовкой его визита в Москву: *"Бразилия — это Бразилия, Россия — это Россия. Я со всеми хорошо лажу. Как только [президент США] Джо Байден пригласит меня, если он это сделает, с удовольствием приеду в США"*, — сказал он [7].

28 ноября 2021 г. Карлуш Франса посетил Москву с рабочим визитом и встретился с заместителем директора госкорпорации «Росатом» Н. Н. Спасским. На встрече обсуждалось предоставление концессий «Росатому», участие «Росатома» в строительстве новых атомных электростанций в Бразилии, а также налаживание российского экспорта урана [8]. Из-за гидроэнергетического кризиса бразильское руководство стремится активизировать выработку энергии на основе атома. Российский опыт может быть очень полезен в этой стезе.

Днем спустя Франса встретился с Сергеем Лавровым. Среди главных заявлений Франсы можно отметить благодарность Бразилии за поддержку ее кандидатуры на место непостоянного члена СБ ООН 2022/2023, обещание плотно сотрудничать с Россией в глобальных вопросах, анонсирование регистрации российской вакцины «Спутник-V», подтверждение визита Жаира Болсонару в Москву. Конкретные детали и программы сотрудничества глава Бразильского МИДа обсудил на встрече за закрытыми дверями с помощником президента по внешнеполитическим вопросам Ю. В. Ушаковым [9]. Также в интервью «Российской газете» Франса отметил положительную динамику роста товарооборота (увеличение на 75% в сравнении с 2020г.), но отметил, сотрудничество Бразилии в рамках БРИКС не будет выходить за рамки национальных интересов [10].

Несмотря на угрозы Вашингтона, отмечается значительный успех встречи Болсонару с Путиным, прошедшей 18 февраля 2022 г. Лидеры беседовали в дружеской обстановке, Болсонару пригласил Путина посетить Бразилию, на что он ответил согласием. В преддверии выборов Болсонару, очевидно, решил продемонстрировать избирателям популярность консерватизма во всём мире. Его визиты к наиболее консервативным лидерам Европы – Владимиру Путину и Виктору Орбану, и есть проявления этой «идеологической дипломатии». Ещё до визита Болсонару сделал Путину комплимент, назвав его «консерватором». Правда, заведующая кафедрой истории и политики стран Европы и Америки МГИМО Людмила Окунева, один из ведущих экспертов по Бразилии, сказала, что главный интерес визита составляла всё-таки торгово-экономическая повестка, которую Окунева назвала «квинтэссенцией визита» [1].

«Мир — это наш дом. Бог находится над нами. Мы выступаем за мир и готовы поддержать всех тех, кто выступает за это», — такими словами президент Бразилии Жаир Болсонару подвел итоги своей встречи с российским лидером Владимиром Путиным в Кремле. Помимо этого, бразильский политик упомянул, что две страны разделяют принципы защиты семейных ценностей [1]. Людмила Окунёва отмечает, что визитом в Россию «Болсонару стремится укрепить свой имидж консервативного лидера в глазах приверженцев и использовать его в предвыборной гонке» [11]. При этом шансов на победу к грядущим осенью 2022г. президентских выборов у Болсонару немного – эксперту прочат ему 20–25% [12]. Большинство экспертов отмечают, что фаворитом осенних президентских выборов в Бразилии 2022г. является не Жаир Болсонару, а левоцентрист Лула да Сильва. Это означает, что российско-бразильская «идеологическая солидарность на высшем уровне» скоро закончится, что, впрочем, вряд ли ощутимо отразится на продуктивности сотрудничества.

«С остальным миром мы продолжаем активничать и сотрудничать без проблем, что, конечно, полностью уничтожает американский нарратив об изоляции России из-за якобы агрессивных дей-

ствий, вроде учений на собственной территории» – заявил эксперт [1].

Сделав краткий обзор на положение российско-бразильских отношений, можно сделать следующие выводы на основе проведенной аналитической работы:

1) между Россией и Бразилией не возникало значительных кризисов российско-бразильское сотрудничество динамично развивается уже несколько десятилетий;

2) Бразилия является ведущим торгово-экономическим партнером России в Латинской Америке, в том числе благодаря членству в БРИКС;

3) Бразилия стремится дистанцироваться от российской политической повестки, чтобы сохранять максимальную свободу во внешнеполитической деятельности и не приобретать себе новых врагов – это выражается в показательном нейтралитете в вопросе украинского кризиса;

4) Бразилия стремится закрепить статус великой региональной державы, имеющей собственный вектор внешней политики. Бразилия стремится окончательно избавиться от патернализма Вашингтона, подчёркивая самостоятельность своего внешнеполитического курса;

5) Дружеские отношения Жаира Болсонару и Владимира Путина, подкрепляемые идеологической солидарностью, что благотворно воздействует на укрепление сотрудничества.

Опираясь на сделанные умозаключения, можно сделать следующие **выводы в соответствии с поставленными задачами исследования**:

– российско-бразильское сотрудничество продолжит так же динамично развиваться – в нём нельзя заметить структурных или институциональных кризисов;

– можно предположить, что наиболее вероятным победителем президентских выборов в Бразилии в 2022г. станет левоцентрист Лула да Силва, что прекращение российско-бразильской «идеологической солидарности на высшем уровне» не снизит продуктивности сотрудничества;

– Бразилия не заинтересована в ухудшении отношений со странами-соседками по Западному полушарию и не станет военно-политическим союзником России.

Библиографический список

1. «Жест отчаяния»: почему президент Бразилии приехал к Путину, несмотря на запрет США // Газета.ru // 16.02.2022 // <https://www.gazeta.ru/politics/2022/02/16/14541331.shtml?updated>.

2. Межгосударственные отношения России и Бразилии // РИА-Новости // 14.11.2019 // <https://ria.ru/20191114/1560881123.html>.

3. Itamaraty deve ter troca no comando das relações com a Ásia // Veja // 30.03.2021 // <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/itamaraty-deve-ter-troca-no-comando-das-relacoes-com-a-asia/>.

4. Bento Albuquerque vai à Rússia em busca de parcerias e investimentos para o Brasil // Petronotícias // 11.10.2021 // <https://petronoticias.com.br/bento-albuquerque-vai-a-russia-em-busca-de-parcerias-e-investimentos-para-o-brasil/>.

5. Tereza Cristina anuncia aumento de importações de fertilizantes da Rússia // PODER-360 // 17.11.2021 // <https://www.poder360.com.br/governo/tereza-cristina-anuncia-investimento-russo-para-fertilizantes/>.

6. Президент Бразилии в Москве: торговля вне политики? // Россия в глобальной политике // 16.02.2022 // <https://globalaffairs.ru/articles/torgovlya-vne-politiki/>.

7. Президент Бразилии ответил на заявления о попытках США сорвать его визит в Москву // ТАСС // 04.02.2022 // <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/13614251>.

8. Прошла встреча замгендиректора Росатома Н. Н. Спасского с министром иностранных дел Бразилии К. Франсой // АТОМНАЯ ЭНЕРГИЯ // 01.12.2022 // <https://www.atomic-energy.ru/news/2021/12/01/119842>.

9. Rússia celebra entrada do Brasil no Conselho de Segurança da ONU // R7 // 30.11.2022 // <https://noticias.r7.com/internacional/russia-celebra-entrada-do-brasil-no-conselho-de-seguranca-da-onu-30112021>.

10. Карлос Франса: Российский экспорт в Бразилию находится на рекордном уровне // Российская газета // 29.11.2021 // <https://rg.ru/2021/11/29/karlos-fransa-rossijskij-eksport-v-braziliuu-nahoditsia-na-rekordnom-urovne.html>.

11. Барышев, И. С. Россия и Бразилия – новые формы сотрудничества / И. С. Барышев // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Между-

народные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. — 2012. — № 19(99). — С. 104–111.

12. Рафалюк Е. Е. Интеграционные процессы: опыт России и Бразилии // Журнал российского права. 2013. №12 (204). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/integratsionnye-protsessy-opyt-rossii-i-brazilii> (дата обращения: 31.03.2022).

Калинин Никита Дмитриевич — бакалавр, кафедра «Политологии», Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: nikitadm01@mail.ru.

УДК 339.9

*Матвей Сергеевич Карпов,
Святослав Владимирович Клевцов*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ТРУДНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И ГЕРМАНИИ

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема взаимоотношений Российской Федерации и Федеративной Республики Германии в экономической сфере. Двусторонний товарооборот между двумя странами переживает не лучшие времена. В условиях санкций, наложенных на Российскую Федерацию, а также пандемии Covid-19, экспорт Германии в Россию сократился на 33,6% в конце 2020 года. Импорт российских товаров сократился на 13,8%. Тем не менее, Германия остается важным торговым и стратегическим партнером для России, на территории которой находится большое количество предприятий, принадлежащих немецким компаниям. В магазинах находится множество товаров немецкого производства, а также множество бытовой техники, используемой людьми в повседневной жизни, произведено компаниями из Германии.

Ключевые слова: Россия, Германия, сотрудничество, товарооборот, экономика.

Matvey S. Karpov,

Svyatoslav V. Klevtsov

Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

DIFFICULTIES OF REGIONAL COOPERATION BETWEEN RUSSIA AND GERMANY

Abstract. This article examines the problem of relations between the Russia and Germany in the economic sphere. Bilateral trade between these countries is going through hard times. Under the conditions of sanctions imposed on the Russian Federation, as well as the Covid-19 pandemic, German exports to Russia decreased by 33.6% in 2020. Imports of Russian goods decreased by 13.8%. Nevertheless, Germany remains an important trade partner for Russia, which has many enterprises owned by German companies. There are a lot of German-made goods in the stores and many household appliances used by people in everyday life, produced by German companies.

Keywords: Russia, Germany, cooperation, trade turnover, economy.

Региональные взаимоотношения между Германией и Россией всегда играли важную роль между обеими странами. Основу импорта в Россию из Германии составляет транспортная техника, химическая промышленность, производственное и сельскохозяйственное сырье. По данным Федеральной таможенной службы о внешней торговле Российской Федерации с основными странами, доля Германии в обороте составила 7,9% за 2019 год. В 2020 и 2021 годах доля снизилась до 7,4% и 7,3% соответственно.

Политика может влиять на экономику как в позитивном, так и в негативном ключе. «События 2014 г. в Центральной и Восточной Европе определили во многом будущее торгово-экономических отношений России со странами Европейского союза (ЕС). Санкции ЕС против России, направленные на запрет финансовых операций с рядом российских компаний, банков, а также ограничения на ввоз товаров из России явились серьезным испытанием отношений с Германией в сфере инвестиционных проектов. Под запретом были не только прямые и непрямые инвестиции, но и

оказание страховых услуг для любых проектов в транспортных, телекоммуникационных, энергетических и многих других секторах экономического сотрудничества» [1, с. 89]. Немецкая сторона пострадала от санкций против Российской Федерации, так как объем инвестиций ФРГ в России достаточно большой. До 2014 года, двусторонний товарооборот с дальним зарубежьем, в частности с Германией, был более продуктивным и надежным для обеих сторон. В то же время, «несмотря на статистику, большинство российских и германских бизнесменов по-прежнему надеются вернуться к докризисному состоянию — как по уровню товарооборота, так и по степени взаимной надежности. Причем вопрос о доверии при этом фактически не встает. Он нивелируется как предпринимаемыми с российской стороны мерами по улучшению условий деятельности иностранного, прежде всего, ведущего германского предпринимательства в России, так и заинтересованностью немецкого бизнеса в дальнейшем освоении российского рынка, выражающейся в том числе в росте капиталовложений в производство в России» [2, с. 2].

Сотрудничество России и Германии продолжает свое развитие и в условиях санкций. «В сфере торгово-экономических отношений Россия и Германия активно сотрудничают и в области инвестиционного сотрудничества. Обратившись к данным за 2018 год, можно отметить, что Германия находится на втором месте в Европе по объему накопленных иностранных инвестиций. В период с 2007 по 2018 год Германия привлекла финансовые ресурсы около 4000 иностранных фирм для исполнения более 5000 проектов в высокотехнологичных отраслях» [3, с. 6]. Основная доля инвестиций приходится на машиностроение. Volkswagen Group, Daimler AG и другие компании продают свою продукцию на территории России и имеют выручку в сотни миллионов рублей в год. Компания Siemens AG, совместно с ОАО «РЖД», выпустила скоростной электропоезд «Ласточка», а также занимается производством разного рода продукции на территории Российской Федерации. Однако, на сегодняшний день существуют ряд вопросов, которые препятствуют сотрудничеству между Россией и Германией. Так, например, Россия находится в зависимости от Европейской

санкционной политики. Были сделаны запреты на поставки оборудования военного назначения, оборудования для нефтегазового сектора и товаров двойного оборудования. Российские банки и компании не имели право выхода на рынок капитала. Все это стало результатом сокращения машиностроительной продукции из Германии в Россию на 17% в 2014 году, в 2015 году — на 27%. [4, с. 2] По свидетельству Федеральной таможенной службы, в 1 квартале 2016 года объем поставок продолжал сокращаться. Другими барьерами, которые препятствуют сотрудничеству, являются: негибкость российского законодательства, ущемляющее интересы иностранного капитала и не гарантирует факторов комфортного существования внутри страны. Так ряд компаний потерял порядка 1,1 миллиарда евро. Но несмотря на это, развитие немецких компаний будет продолжаться. Согласно данным Росстата, 39% германских компаний продолжают инвестировать в России, 29% расширят свою деятельность в обход санкциям США, 63% оставят курс своей деятельности прежней и лишь 8% уменьшат свою активность. Это происходит из-за того, что немецкие компании более гибкие и готовы идти на компромисс, если они видят положительный эффект в долгосрочной перспективе, они адаптируются под российскую конъюнктуру. [3, с. 9–10].

Российско-немецкое топливно-энергетическое сотрудничество стало активно развиваться в 70-х годах, со сделки с «Mannesmann AG» по импорту труб, необходимых для постройки газопровода, в обмен на поставки российского газа в Германию. Сегодня рынок Германии зависит от импорта энергоносителей. Российские компании обеспечивают четверть Германии в топливно-энергетических ресурсах. Однако есть вероятность переключения Германии на поставки ТЭР из других стран, но наиболее подходящей замены российскому топливу пока нет. Развитие технологий в сфере энергетики в сторону диверсификации поставок ТЭР дадут импульс к развитию новых векторов научно-технического сотрудничества. В качестве примера можно привести переработку «критического минерального сырья», предполагающего гарантированные поставки, однако имеющего локальные ограничения по производству. Кри-

териями могут являться значимость для экономики и уровень риска с обеспечением этого сырья. С точки зрения России, которая может нарастить объем производства данного сырья при условии спроса со стороны Германии, но проблема заключается в отсутствии как в России, так и в Германии технологий переработки редкоземельного сырья, по эффективности сравнимых с Китаем. То есть можно сказать, что сотрудничество между Россией и Германией в сырьевом секторе будет связана с решением проблемы критических материалов. [5, с. 749–752].

Агропромышленная сфера также является взаимовыгодным вариантом для обеих стран. Россия закупает продукцию у компании «Минитюб» для воспроизводства животных. Помимо этого, РФ приобретает технику для обрабатывания земель. Но сотрудничество не ведется в одностороннем порядке. Россия предоставляет готовую продукцию на немецкий рынок. Это объясняется тем, что готовая продукция заработала уважение на иностранном рынке. Политические санкции, принятые в 2014 году против России, также отразились и на АПК Германии. Так президент ФРГ Роман Герцог выразил опасения насчет отсутствия альтернативы России, говоря, что страны дополняют друг друга. Именно поэтому обе страны продолжали свое сотрудничество, но в период с 2014 года по 2016 год оно не было ярко выражено из-за попыток России наладить попытку импортозамещения и лишь к 2017 году отношения наладились. Это стало возможно благодаря совместным проектам и торговле оборудованием. [6, с. 1–6].

Таким образом, в результате проведенного исследования можно сделать выводы:

1). Германия и Россия являются стратегическими партнерами в международной сфере торговли не первый год, что дает нам понять о том, что координация экономической политики, взаимное доверие между странами и эффективное решение проблем даст возможность развития дальнейшего сотрудничества.

2). На характер и динамику российско-германских отношений негативно сказались европейские санкции и продовольственное эмбарго. Безусловно, это повлекло за собой ряд серьезных послед-

ствий для экономик как России, так и ФРГ. Наряду со снижением товарооборота, сокращается и присутствие иностранных инвесторов на российском рынке, что, в свою очередь оказывает негативное влияние на развитие и модернизацию производств, создание конкурентоспособной продукции в некоторых важных отраслях экономики.

Библиографический список

1. Рудых Л. Г. Анализ инвестиционных отношений России и Германии в 2010–2016 годах / Л. Г. Рудых // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. – 2016. – № 2(17). – С. 86–92.

2. Колчина Е. А. Причины ухудшения и возможности оптимизации российско-германского экономического сотрудничества в современных условиях // Экономика, социология и право. – 2019. – №1. – С. 19–23.

3. Филиппов М. И. Развитие форм торгово-экономического сотрудничества России и Германии в санкционных условиях / М. И. Филиппов, А. О. Мосеевкова, А. А. Мигел // Вектор экономики. – 2019. – № 12(42). – С. 47.

4. Зарицкий Б. Современные проблемы отношений между Россией и Германией Зарицкий // Мировое и национальное хозяйство. – 2016. – № 3(38). – С. 1.

5. Сергеев И. Б. Россия и Германия: новые перспективы сотрудничества в сырьевом секторе / И. Б. Сергеев, О. Ю. Лебедева // Записки Горного института. 2016. Т. 221. С. 749–755. DOI 10.18454/PMI.2016.5.749

6. Кобыленко М. И. Сотрудничество России и Германии в сфере АПК в режиме санкций / М. И. Кобыленко // Аллея науки. – 2019. – Т. 2. – № 11(38). – С. 646–650.

Карпов Матвей Сергеевич – Студент, 2 курс, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: kkarpm25@gmail.com.

Клевцов Святослав Владимирович – Студент, 2 курс, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: svjatoslav.klevtsov@mail.ru.

Виталия Хесыновна Ким
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПРОЕКТ «МОРСКОЙ ШЁЛКОВЫЙ ПУТЬ XXI ВЕКА» КАК ИНСТРУМЕНТ НАРАЩИВАНИЯ МОРСКОЙ МОЩИ КИТАЯ

Аннотация. Несмотря на свое морское превосходство Китай все еще является континентальной державой. В статье рассматриваются актуальные геополитические вопросы Китая, такие как усиление морской силы и закрепление позиций на мировой арене, и проект «Морской Шёлковый путь XXI века» как средство их решения. Также, в статье представлен маршрут проекта, охватывающий более 20 стран, начинающийся в провинции Фуцзянь и заканчивающийся в Венеции. На 2021 год КНР занимает лидирующие позиции в сфере морского транспорта и загруженности контейнерных портов. Проект «Морской Шёлковый путь XXI века» поможет не только Китаю, но и другим странам вдоль маршрута решить различные проблемы, начиная от логистики, заканчивая формированием новых рабочих мест.

Ключевые слова: Инициатива «Пояс и путь», Морской Шёлковый путь XXI века, Китай, морская держава.

Vitaliia H. Kim
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

THE PROJECT «THE 21ST-CENTURY MARITIME SILK ROAD» AS A TOOL FOR INCREASING CHINA'S MARINE POWER

Abstract. The article deals with the topical geopolitical issues of China, such as the limited naval forces and the consolidation of positions on the world stage, and the project « the 21st-Century Maritime Silk Road» as a means of solving them. The article also presents the route of the project, covering more than 20 countries, starting in Fujian, and ending in Venice. For 2021, China occupies positions in the

field of maritime transport and the workload of container ports. «The 21st Century Maritime Silk Road» project will not only help China, but also other countries by solving various problems, from logistics to creating new jobs.

Keywords: Belt and Road Initiative, the 21st-Century Maritime Silk Road, China, maritime power.

Китай является древнейшим государством с уникальной историей и условиями развития. Китайская Народная Республика занимает 3 место по площади территории и 2 место по численности населения. Положение Китая на мировой арене в большой степени выросло за последние двадцать лет, и за это время Китай превратился из отсталой аграрной страны, где большинство жили за чертой бедности, в «фабрику мира» – на долю Китая приходится около 1/3 мировой торговли. Для Китая морские грузоперевозки являются основным методом транспортировки товаров.

Постановка проблемы

Однако КНР, несмотря на то что омывается тремя морями, а береговая линия имеет протяженность более 14 тыс. км, сохраняет статус континентальной державы [1, с. 28]. Современный внешнеполитический курс КНР направлен на становление страны в качестве великой морской державы. И есть несколько стратегических направлений, нацеленных на усиление морской силы: освоение морских ресурсов, безопасность КНР в региональных и внерегиональных водах, развитие «синей» экономики, защита окружающей морской среды [2, с. 17].

В современности Китай является крупнейшим поставщиком товаров во всем мире, но имеет дефицит природных ресурсов (уголь, нефть, руды, металлы) – приходится импортировать полезные ископаемые. В 2020 году 76% мирового импорта железной руды и 20% импорта угля приходилось на КНР [3, с. 9]. В последние десятилетия КНР совершенствует экономическую, геостратегическую сферы и занимает определяющее место на мировой арене.

Одним из значимых событий для развития этих сфер стало создание в 2013 году председателем КНР Си Цзиньпином комплекс-

ной инициативы. Инициатива «Пояс и путь» является одним из крупнейших современных проектов КНР, в него объединены два проекта: сухопутный – «Экономический пояс Шёлкового пути» и морской – «Морской Шёлковый путь XXI века».

Формирование морской части инициативы поможет Китаю решить ряд проблем: во-первых, с налаживанием транспортной инфраструктуры будет снижена стоимость морских грузоперевозок вдоль маршрута; во-вторых, будут улучшены партнерские отношения со странами Европы и Африки, а также появятся новые деловые партнеры; в-третьих, проект является перспективным и плодотворным, что привлечет новые иностранные инвестиции; в-четвертых, появление рабочих мест для реализации проекта (например, строительство новых портов).

Результаты исследования

На 2021 год по количеству морских судов Китай занимает третье место, четвертое место среди крупнейших стран происхождения моряков, что является важным источником прибыли [4, с. 5–6, 16–18]. Китай является крупнейшим судостроителем в мире. В КНР расположено 7 из 10 самых загруженных контейнерных портов мира, самый крупный – порт Шанхая. КНР зависим от морских поставок, создание «Морского Шёлкового пути XXI» поможет решить проблемы, связанные с транспортной логистикой и создать благоприятные условия для международной торговли.

«Морской Шёлковый путь XXI века» охватит более 20 стран от Южно-Китайского моря до Европы и Ближнего Востока. Начало маршрута – провинция Фуцзянь, далее простилается через провинции Гуандун, Гуанси, Хайнань до Малаккского пролива, проходит через Малайзию и Индонезию, далее – Индия (Калькутта) и Шри-Ланка (Коломбо) по направлению к Кении. Идет через Красное и Средиземное моря и завершается в Италии (Венеция), а там соединяется с сухопутной составляющей инициативы «Пояс и путь» – проектом «Экономический пояс Шёлкового пути» [5, с. 64–65].

Реализация «Морского Шёлкового пути XXI века» активно проявляется в строительстве новых морских портов по всему миру. Осуществляется строительство 8 новых портов в Индийском океане (Азия), например, в 2019 году началась постройка одного из крупнейших проектов между Китаем и Шри-Ланкой – «Коломбо Порт-Сити». Китайские инвестиции в проект составили 1,4 млрд долларов США [6, с. 169]. Также, началась проектировка глубоководного порта Кьяукпью в Мьянме, который станет помощником в создании экономического коридора Китай-Мьянма. В Индийском океане (уже Африка) осуществляется строительство новых портов в Танзании (порт Багамойо), Кении (порт Ламу), Мозамбике (порт Техобанине), 3 новых порта в Средиземном море и 3 в Атлантическом океане.

Заключение

Так, проект «Морской Шёлковый путь XXI века» ориентирован не только на наращивание морской мощи КНР, изучение и постижение морского пространства и ресурсов, а также на создание отрегулированной морской транспортной системы, укрепление и развитие внерегионального сотрудничества.

Исходя из вышеперечисленного можно сделать вывод, что в ближайшем будущем с помощью проекта «Морской Шёлковый путь XXI века» Китай закрепится на мировой арене как сильнейшая морская держава, начнет активно содействовать со странами, до сих пор не вовлеченными в мировую торговлю и экономику. И в свою очередь, облегчит себе импорт природных ресурсов, которые находятся в дефиците.

Библиографический список

1. Ларин В. Л., Песцов С. К. Становление Китая как великой морской державы // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2020. Т. 13. № 3. С. 27–46.
2. Белова И. Н., Егорычева Е. А. Проект «Один пояс, один путь»: предпосылки к формированию современной внешнеэкономической политики Китая // Вестник РУДН. Серия: Экономика. 2020. № 3. С. 620–632.

3. Report «Review of Maritime Transport» 2021 // UNCTAD. 2021. URL: <https://unctad.org/webflyer/review-maritime-transport-2021> (дата обращения: 22.03.2022).

4. Обзор морского транспорта 2021 // UNCRAD. 2021. 27 с. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/rmt2021summary_ru.pdf (дата обращения: 22.03.2022).

5. **Комиссина И. Н.** Морской шелковый путь XXI в. – глобальный геополитический проект Китая // Проблемы национальной стратегии. 2017. № 1. С. 60–81.

6. Экономика Одного пояса, одного пути. Возможности и риски транспортных коридоров, Всемирный банк. 2020. С. 5. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/31878/211392RU.pdf?sequence=12> (дата обращения: 23.03.2022).

7. China's Belt and Road Initiative in the global trade, investment, and finance Landscape // OECD Business and Financial Outlook. 2018. P 21–22.

Ким Виталия Хесыновна – студентка Высшей школы международных отношений Гуманитарного института, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: vita.reed15@gmail.com

УДК 316.776

Алина Сергеевна Коломойцева
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ ГЕРМАНИИ В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ МИГРАНТОВ ТРЕТЬЕЙ ВОЛНЫ)

Аннотация. В данной статье автор рассматривает межкультурную коммуникацию в контексте миграции людей из Ближнего Востока, стран Северной и Южной Африки. Проблемы социокультурной коммуникации является актуальной по сей день, и рассматривается в теоретическом и практическом аспекте. С одной стороны, присутствует необходимость научного подхода к изучению и пониманию основ коммуникации с пред-

ставителями иной культуры для создания определенных подходов в помощи с интеграцией не только в культурную среду, но в экономическую. С практической точки зрения, необходимость межэтнического общения способствует развитию государственных программ, организаций, сообществ для ускоренного курса социальной адаптации мигрантов. В статье также рассматривается проблема вынужденного взаимодействия мигрантов третьей волны в Германии с постоянным населением, его проблемы и особенности. Дается описание влияния менталитета Западной Европы на процесс аккультурации. Кроме этого, выявляются сложности адаптации в контексте культурного шока и способы его преодоления, что даст понимание для объективной оценки ситуации, сложившейся в ФРГ с началом миграционного кризиса, а также поспособствует разрешению проблемы в межэтническом пространстве.

Ключевые слова: миграция, межкультурная коммуникация, беженцы, адаптация, культурный шок.

Alina. S. Kolomoitseva

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

MIGRATIONS PROCESSES IN GERMANY IN THE CONTEXT OF INTRELCULTURE COMMUNICATION (IN CASE OF THIRD WAVE'S MIGRANTS)

Abstract. In this article, the author examines intercultural communication in the context of migration of people from the Middle East, the countries of North and South Africa. The problems of socio-cultural communication are relevant to this day and are considered in theoretical and practical aspects. On the one hand, there is a need for a scientific approach to the study and understanding of the basics of communication with representatives of another culture to create certain approaches that help in integration not only into the cultural environment, but also into the economic one. From a practical point of view, the need for interethnic communication contributes to the development of state programs, organizations, communities for accelerated passage of the course of social adaptation of migrants. The article also discusses the problem of forced interaction of third-wave migrants in Germany with the permanent population, its problems, and features. The influence of the mentality of Western Europe on the acculturation process is described. In addition, the difficulties of adaptation in the conditions of cultural shock and ways of overcoming it are revealed, which will give an understanding for an objective assessment of the situation that has

developed in Germany since the beginning of the migration crisis and will also contribute to solving the problem in the interethnic space.

Keywords: migration, intercultural communication, refugees, adaptation, culture shock.

Наше общество становится разнообразнее в языковом и культурном плане. Важным фактором подобного разнообразия выступает миграция населения, которая в свою очередь может быть вынужденной по экономическим, политическим или иным обстоятельствам. Согласно статистическим данным, около 3,4% от всего населения мира покинуло свое постоянное место жительства [1]. Переселенные в иные правовые и политические институты, мигранты стремятся к улучшению качества жизни, экономической стабильности и безопасности. Аккультурация является важным этапом в процессе адаптации, посредством которого иммигранты приспособляются культурным различиям страны-реципиента. Данный феномен включает в себя не только ментальное примирение к новым культурным требованиям, но и фактор, влияющий на экономическое выживание иммигранта в новых условиях. Значимым фактом остается также понимание проблемы иммиграции в контексте принятия обществом принимающей страны беженцев. По последним данным, около 40% населения Западной Европы высказываются негативно касаясь принятия беженцев обществом основываясь на страхе конкуренции и угрозе не только национальной безопасности, но и культурной идентичности нации [2]. Однако, национальная самобытность в европейских странах после Второй Мировой Войны терпит изменения и находится в стадии неопределенности. Если говорить об опасности, то данное чувство возникает у населения в связи с неактивной миграционной политикой страны, с ее неучастием в создании программ интеграции, как например в 2016 году многие партийные деятели активно осуждали бывшего канцлера Германии Ангелу Меркель в допущении миграционного кризиса в связи с неподготовленностью государства в принятии такого количества [3]. Таким образом, межэтническая коммуникация затруднена в связи с недоверием

общества и поведением выходцев из абсолютной иной культуры, которая отличается по многим признакам.

Существуют различные факторы, влияющие на качество и скорость межкультурной адаптации, включающие в себя как индивидуальные, так и групповые. Первая группа состоит из возраста, пола, образования, мотивации, жизненного опыта, психологическая готовность, когда во вторую группу входят характеристики изначальной и принимающей культуры: различия и сходства. Вышеприведенные значения оказывают влияние также на психологическую адаптацию, рассматривая в контексте стрессовых изменений в жизни. Таким образом, мигрант оценивает происходящие события, которые кардинально поменяли его привычный образ жизни. Как пример, иностранный студент, приезжий из восточной страны адаптируется намного быстрее и примет соответствующие культурные паттерны, базируясь на своей подготовленности и мотивации, чем мигрант, который был когда-то вынужден покинуть родные места, чтобы избежать опасности, предостерегавшие его. Данный стрессовый период сопровождается четырьмя стадиями, которые были подробно разработаны К. Уордом: наступление, избегание, принятие и социальная поддержка [4, С. 64]. В свою очередь, последняя способствует уменьшению напряженности переселенца, помогая реализоваться внутри нового общества.

Германия является страной с разнообразным этническим населением, благодаря нескончаемому потоку мигрантов из стран Северной Африки и Ближнего Востока, начавшийся в 2013 году. Конечно, государство столкнулось с множеством проблем в ассимиляции и расселении такого количества прибывших, однако самой главной проблемой остается их аккультурация. На данный момент существуют огромное количество ранее созданных организаций и сообществ, способных помочь мигранту в изучении немецкого языка и получении рабочего места, так, например, «Лощманы гостеприимства», Стипендия «START», «Германская академическая инициатива для беженцев им. Альберта Эйнштейна» создают немецкие граждане в целях оказания помощи, приехавших в их страну беженцам [5]. Однако западноевропейский

образ жизни, мышления и поведения радикально отличается от восточной и арабской, что кроется не только в религиозных взглядах на жизнь, но и жизненных ценностях. В Западной Европе уже давно стерта граница привычного, и чаще всего население старается придерживаться нейтральности, как в своих жизненных взглядах, так и в соблюдении традиций, когда в то же время выходцы из стран Востока возвышают культ семьи и стараются сохранять эту тенденцию, уже будучи на территории Германии. Как правило, создаются диаспоры и национальные общности, в которых беженцы получают необходимую социальную поддержку, избегая негативного воздействия стрессовых факторов. Подобную руку помощи оказывают соратники, друзья, и в целом представители родной культуры. Исследователи склоняются к мнению, что социальная помощь ускоренно влияет на курс аккультурации, улучшая адаптивные навыки, снижая вероятность конфликтных ситуаций и повышая уровень культурной гибкости [6]. Однако главенствующая роль или предпочтительное взаимодействие с соотечественниками замедляют процесс социальной адаптации, интеграции в общество, что негативно влияет на психологический фон мигранта, и в дальнейшем усугубит экономическое и социальное положение. Таким образом, религиозные и этнические сообщества затрудняют путь интеграции мигранта в общественную жизнь всего населения, поэтому государство активно способствует продвижению программ, групп поддержки, образовательных центров для беженцев, как например «Федеральный союз женщин-мигрантов в Германии» (*Der Bundesverband der Migrantinnen in Deutschland e.V.*) оказывает гуманитарную помощь женщинам из неблагополучных стран и предоставляет жилье, также организация «Немецкая молодежь Европы» («*Djo-Deutsche Jugend in Europa e.V.*»), способствует профессиональной ориентации молодых людей. Программа *Hospitationsprogramm* повышает уровень компетентности в сфере межкультурного диалога, предоставляя вакантные места стажировок в международных компаниях [7]. Данные организации были созданы с целью ускорить темп социокультурной адаптации и позволить мигрантам из стран Востока, Южной и Северной Африки

выйти за черту комфорта без явного ментального или психологического давления.

Однако, при существовании помощи общества и государственных структур, вероятность появления культурного шока у переселенцев остается на высоком уровне. Культурный шок – это воздействие «новой» культуры на человека, сопровождающееся потрясением и сменой привычного, может привести к нарушению психологического здоровья переселенца. Данный термин ввел Калерво Оберг в 1960 году, описывая его как «следствие тревоги, которая появляется в результате потери всех привычных знаков и символов социального взаимодействия, кроме того, при вхождении в новую культуру у человека появляются весьма неприятные ощущения» [8, с. 57]. По мнению ученых, культурное потрясение обусловлено двумя переменными: неожиданность и переоценка родной культуры и чаще всего в негативной коннотации [9]. Как было сказано ранее, данная реакция основывается на дифференциальной разности культур, когда восточный и европейский этикет различны не только по своему составу и правилам, но и по действиям. Человек, находящийся в новой культуре, путается в алгоритме действий, ведь он составлен из иных ценностей, традиций, языка и правил поведения. Конечно, последствия культурного шока могут быть разными, как негативными, в виде повышения тревожности и иногда доводящих до заболеваний нервной системы, так и позитивными. Именно поэтому, стресс аккультурации идет на пользу мигрантам, повышая их культурный интерес и развитие, а также улучшая когнитивные функции. Также стоит упомянуть о внешних и внутренних факторах, влияющие на продолжительность культурного шока. Как было сказано ранее, одним из главных внешних факторов является опыт и мотивация мигранта. В рамках вынужденного перенаселения трудно говорить о мотивации граждан, однако понимая катастрофические условия жизни, тысяча беженцев пересекло границу государств. Стоит отметить и жизненный опыт, особенно это касается студентов, кто обучался в стране с иным культурным составом продолжительное время. Как правило, стрессовый период у них проходит очень быстро или во-

все не возникает. Таким образом, понимание проблемы и осознание болезненности культурного шока способствовали выделению различных способов для предотвращения стресса аккультурации. Были выделены различные способы для предотвращения стресса. Американский антрополог Филипп Бок выделил несколько путей, такие как: геттоизация, ассимиляция, промежуточная и частичная ассимиляция [10, р. 31]. Первые два противоположны друг другу, так геттоизация означает отчуждение от культуры страны-реципиенты и присоединение к соплеменникам и представителям своего общества, чтобы избежать влияние инокультурной среды. Ассимиляция подразумевает собой осознанный отказ от родной культуры и своей культурной идентичности. В данном случае индивид пытается полностью впитать все знания и стать частью нового общества. Конечно, и здесь бывают осложнения в виде не принимающего общества или недостаточной гибкости личности. Эти два способа достаточно радикальны в своем алгоритме, поэтому баланс можно найти в промежуточной или частичной ассимиляции. Так, в промежуточной адаптации мы можем увидеть преодоление дистанции между представителями разных культур с помощью человеческих чувств и эмоций, то есть доброта и открытость могут принести пользу в качестве культурного обмена, но все же данный путь подразумевает собой краткосрочность и означает, что мигрант не планирует находится в новой для себя среде долгое время. Из всего вышесказанного, можно предположить, что более предпочтительным вариантом остается частичная ассимиляция. Жертвуя своими нормами поведения, мигрант соблюдает правила и требования иной среды, а в окружении семьи или в религиозной сфере действует согласно собственным традициям. Как правило, данная практика наиболее распространена среди общества мигрантов и способна облегчить стрессовую нагрузку.

Люди на протяжении тысячелетий взаимодействовали с выходцами другого общества и сталкиваясь с непониманием, ответственность смогла вывести важность межэтнической коммуникации на новый уровень, понимая необходимость в общении и сохранении безопасности человека, его душевного равновесия.

Германия как одна из популярных стран-реципиентов накопила значимый опыт в проведении миграционной политики, постоянно корректируя государственные программы, в то же время некоммерческие объединения также способствуют ускоренному курсу аккультурации. Однако это не отменяет факта социальной дистанции между постоянным населением и мигрантами, культурного шока, который проходит болезненнее в связи с радикально различными ценностями и поведением. Таким образом, мы видим, что процесс успеха проведения межкультурной коммуникации зависит от трех сторон: иммигрантов, проживающего населения и государства. Понимание вынужденность общения и принятия новых правил, отталкивает переселенца от общества, что приводит к его социальной зависимости от созданных соотечественниками диаспор и национальных меньшинств, когда в то же время часть граждан ФРГ осуждают проводимую политику мультикультурализма и негативно высказываются в адрес новоприбывших, основываясь на чувстве конкуренции и национальной безопасности. Правительство Германии наиболее заинтересовано в социальной адаптации мигрантов, рассчитывая на увеличение трудовых ресурсов, однако, стоит учесть, что каждая группа, состоящая из переселенного населения, имеет свою специфику и особенность адаптации. Таким образом, изменяя и приспособлявая культурно-адаптационные программы под определенные эмигрантские сообщества, есть вероятность в проведении межэтнического диалога без общественного давления и большего доверия как со стороны мигрантов, так и со стороны постоянного населения Германии.

Библиографический список

1. Итоги 2021 года: число мигрантов и беженцев в мире побило рекорд/ Официальный сайт Организации Объединенных Наций. URL: <https://news.un.org/ru/story/2021/12/1416332> (дата обращения 21.03.2022).
2. Штёбер С. Беженцы в Германии: конец «политики гостеприимства»? / Штёбер, С. URL: <http://www.colta.ru/articles/society/9212?page=2> (дата обращения: 21.03.2022).

3. Швейцер В., Таршин А. Европейский союз: критики и апологеты, 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evropeyskiy-soyuz-kritiki-i-apologety/viewer> (дата обращения 21.03.2022).

4. Миграция и эффективность массовой коммуникации: [учеб.-метод. пособие] / И. Б. Бритвина; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. — 164 с.

5. Hübschmann, Z. Migrant Integration Programs: The Case of Germany // Global Migration Research Paper. — 2015. №11. — 62 p.

6. Kim Y. Y. Communication and cross-cultural adaptation: an integrative theory, 1988. — 223 p.

7. Nationaler Integrationsplan [Официальный сайт Федерального правительства Германии]. — URL: <http://www.bundesregierung.de> (Дата обращения 22.03.2022).

8. Oberg, K. Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments. *Practical Anthropology*, 1960. — 182 p.

9. Интеграция инокультурных мигрантов: перспективы интеркультурализма / Отв. ред. И. П. Цапенко, И. В. Гришин. — Москва: ИМЭМО РАН, 2018. — 233 с.

10. Bock P. K. *Psychological Anthropology*. Westport, Conn. Praeger, 1994. — 404 p.

Коломойцева Алина Сергеевна — бакалавр, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: kolomojtseva.a@edu.spbstu.ru. Тел.: +7 (911)289-54-95.

УДК 341

Святослав Глебович Корнеев
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА В ВИДЕ ЕВРОПЕЙСКОГО СУДА ПО ПРАВАМ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОЙ ИСПАНИИ

Аннотация. В статье рассматривается поступательная эволюция юридических норм для защиты прав человека в контексте принятия Европей-

ской конвенции по правам человека, заложившей основу для построения регионально значимого Европейского суда по правам человека. Современная Испания представляет собой новоявленную демократию, включенную в европейское сообщество, в том числе в правовом и конвенционном плане, тем самым предоставляя своим подданным инструмент наднациональной защиты прав. Данный анализ фокусируется на определении степени востребованности данного судебного органа с учетом внутривнутриполитических ситуаций, увеличивающих количество случаев нарушения прав человека.

Ключевые слова: современная Испания, защита прав человека, европейское сообщество, международное право, Европейский суд по правам человека.

Sviatoslav G. Korneev
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

INSTITUTIONALIZATION OF HUMAN RIGHTS IN THE FORM OF THE EUROPEAN COURT OF HUMAN RIGHTS AND ITS ROLE IN MODERN SPAIN

Abstract. The article reveals the progressive evolution of legal standards for the protection of human rights in the context of the adoption of the European Convention on Human Rights, which created the groundwork for building a regionally significant European Court of Human Rights. Modern Spain is a newly appeared democracy, comprised in the European community, including in the legal and conventional terms, thereby providing its subjects with an instrument of supranational protection of rights. This analysis focuses on determining the degree of demand for this judicial body, considering domestic political situations that may cause the violation of human rights.

Keywords: modern Spain, protection of human rights, European community, international law, European Court of Human Rights.

Глобализация, международное право, демократия — все перечисленные термины прочно ассоциируются с реалиями XXI века. В то же время развитие региональных моделей сотрудничества, одной из примеров которой может служить Европейский Союз, стало наглядным показателем их эффективности в решении задач и

проблем, находящихся в различных сферах общественной жизни. С момента вхождения Испании в Совет Европы одним из ключевых моментов национальной дискуссии является эффективность Европейского суда по правам человека в работе с испанскими подданными. Исследование опыта Испании в рамках регионального взаимодействия с наднациональной организацией, Европейским судом по правам человека, представляет собой анализ режимной трансформации Испании и последующей правовой интеграции в европейское сообщество с акцентом на результатах и последствиях данного процесса. Методологическими основами исследования стали методы анализа, дедукции и индукции для рассмотрения законодательства в области создания и процесса функционирования суда, которые позволяют получить представление о современной работе региональной институции.

Юридическое оформление норм права стало отправной точкой для начала процесса институционализации системы защиты. Объединение воззрений философов и мыслителей поступательно обретало физическое воплощение в виде конвенций, деклараций и петиций. С начала XVII века часть деклараций и нормативно-правовых актов была нацелена на защиту в рамках национальных правовых систем. Таким примером является англосаксонская история становления системы. Всемирно известный английский философ Джон Локк утверждал, что существуют незыблемые права человека, которые не зависят от их признания в договорах, поскольку присущи самой природе человека и ему от рождения [1].

В течение XVII века английская законодательная система в значительной степени гуманизировалась и предоставила юридическую защиту своим подданным. Такие принципы были закреплены Петицией о правах, изданной в 1628 году, одной из наиболее важных целей которой явилась защита личных прав и появление термина неприкосновенность в англосаксонской правовой практике [2]. Последующей правовой новацией стал Хабеас корпус, целью которого являлась защита подданного от самопроизвольного задержания или заключения под стражу, в случае если не было

предоставлено правовых взысканий, на основании которых должен быть проведен арест [3, с. 414]. До появления такого рода инструмента защиты прав человека власть короны и ее монополия на насилие позволяла без правовых препятствий обращаться с подданным как монарху заблагорассудится.

Одними из первых документов в данной сфере стала Декларация прав Вирджинии 1776 года и последующая за ней Декларация независимости США, которые вобрали в себя принципы защиты прав человека того времени. Вершиной правового оформления идей прав человека стала Декларация прав человека и гражданина в конце XVIII века, которая появилась во времена Великой французской революции [4, с. 39].

Предшествовавшие документы и содержащиеся в них нормы эволюционировали в конвенциональную форму юридического оформления в виде Всемирной декларации прав человека 1948 года, а затем двумя годами позже в непосредственно родоначальный документ для Европейского суда по правам человека [далее ЕСПЧ] – Европейскую конвенцию по правам человека [далее – ЕКПЧ], принятую в 1950 году.

Почти половину XX века региональная кооперация для Испании как для персоналистской диктатуры была невозможна. В середине 70-х годов прошлого века в Испании начался период Перехода, который позволил диктатуре перейти в разряд нарождающейся демократии. Краеугольный камень демократических режимов – это соблюдение прав человека и в данном случае законодательство Испании в значительной степени нуждалось в кардинальных изменениях. Во многом это обуславливалось отсутствием конституционного права, нормы которого иберийский диктатор, Франсиско Франко, стремился заместить собственными декретами, возводя правовые границы режима.

Поскольку чужеродность испанского режима для Совета Европы была категорическим критерием, мотивировавшим отказ Советом Европы Королевству Испания во вступлении в ряды организации, то и Европейская конвенция не могла быть ратифицирована. Ратификация Европейской конвенции обязательна

для любого государства, желающего стать членом Совета Европы. Данный документ и по сей день является наиболее известным творением этого органа с самого момента его появления в 1949 году. Сама Конвенция послужила образцом для других подобных региональных или глобальных правовых систем защиты, таких как Американская конвенция о правах человека 1969 года или Международный пакт о гражданских и политических правах 1966 года, но до сих пор ни один из этих документов с точки зрения географического охвата и эффективности защиты, соответственно, не может быть сравним с европейской системой.

Испания как государство-член ЕКПЧ имеет сравнительно более скромный опыт обращения к функциям ЕСПЧ как государство, которое подписало конвенцию лишь в 1977 году, в разгар периода Перехода. Европейская конвенция также имела в основе правовые нормы, которые были взяты за основы при составлении так называемой Европейской Конституции 2004 года, которая, однако не была принята ввиду подписания Лиссабонского договора [5]. Обилие прецедентов несостоятельности договорной и конвенциональной формы манифестации правовых рамок заставило Совет Европы рассматривать вариант о создании трибунала, который работал бы на основаниях юрисдикции ЕКПЧ – таким органом и стал ЕСПЧ в конце XX века и начале XXI [6, с. 112].

В условиях нынешней включенности Испании в контекст взаимодействия внутри региональных институтов Европы, правовая система являет собой поэтапный механизм защиты, включающий национальный, региональный и международный уровень. Национальная правовая система Испании представляет собой многоступенчатую иерархию, которая имеет внутренние инструменты для предотвращения случаев нарушения прав человека, а также имеет институты надзора. В перечень таких средств включаются Конституционный суд Испании и омбудсмен, который в Испании именуется Защитником народа (*Defensor del Pueblo*).

Европейский суд по правам человека является следующим этапом отстаивания прав человека для подданного Испании.

Поскольку дело не может быть рассмотрено, если не соблюдено условие приемлемости подачи жалобы в суд, которое регулируется пунктом 1 статьи 35 ЕКПЧ, а именно, не исчерпаны внутренние средства правовой защиты, соответственно принимаются на рассмотрения жалобы, которые отвечают правовым рамкам ее оформления. Необходимо понимать, что Испания является страной, которая в период Перехода достаточно быстро интегрировалась в европейскую правовую систему. Однако международные конфликты внутри страны становились предметом дискуссий международной и европейской общественности. Баскский и каталанский национализм являются устойчивым катализатором обращений в ЕСПЧ по вопросам прав человека. Стоит отметить, что жалобы, которые апеллируют к различным статьям ЕКПЧ на почве противостояния Мадрида и сепаратистских регионов, как правило, не доходят до рассмотрения самим судом, либо суд не принимает во внимание факт принадлежности или отношения к политическим силам Каталонии или Страны Басков.

В ежегодном отчете ЕСПЧ и Совета Европы за 2020 год Испания фигурирует в статистике по количеству рассматриваемых дел на 30-м месте, имея 122 активных жалобы. В среднем показатель активных жалоб (*pending cases*) в отношении Королевства Испания колеблется в рамках 160 жалоб в рассматриваемый год [7, с. 163]. На фоне протестов в Каталонии 2019 года, которые проходили под лозунгами «Марши за свободу», спровоцированные правовыми санкциями в отношении лидеров каталанского сопротивления в 2017 году, были ранены 593 человека в ходе столкновения с полицией и национальной гвардией Испании. Тем не менее, Европейский суд по правам человека в данных обстоятельствах не испытал существенного запроса на правосудие от испанских подданных, который бы превышал оговоренные ранее пределы.

За 2020 год Испания была признана виновной в 9 из 10 вынесенных решений суда о нарушении прав человека по различным статьям Конвенции. Вынесенные решения касались 6 статьи Кон-

венции о праве на справедливое судебное разбирательство только в 6 из 9 случаев, и только лишь в одном была удовлетворена жалоба по статье 11 Конвенции о праве на свободу собраний. Жалоба была инициирована Лагуной Гусман на основании событий во Вальядолиде в 2014 году, таким образом, данный случай не связан с протестами в Каталонии 2019 года, что сигнализирует о состоятельности национальной системы.

В 2021 году, согласно отчету, насчитывалось 136 активных жалоб против Испании в ЕСПЧ. Решения суда в отчетный период затрагивали лишь 12 жалоб, в двух из которых не усмотрели нарушения ни одной статьи Конвенции. Пять жалоб из десяти были удовлетворены по 6 статье ЕКПЧ.

Испания как государство демократической направленности существует чуть меньше полувека. Однако за этот период правовой эволюции, Конституция Королевства вобрала в себя нормы международного конвенционального права по защите прав человека. На основании данных Совета Европы можно сделать вывод о самостоятельности и самодостаточности правовой системы Испании в рамках вопроса о защите прав человека. Несмотря на единичные случаи несправедливого судебного разбирательства в рамках национальной системы, Европейский суд по правам человека, как важнейший региональный правовой институт, позволяет в рамках наднациональной европейской правовой кооперации привлечь государство к ответственности за нарушение прав человека. Малая востребованность средств судебной защиты в рамках действия Конвенции сигнализирует о стабильной работе внутренней системы защиты прав человека в лице омбудсмена и судов всех инстанций. Несомненно, что в рамках европейской кооперации, ЕСПЧ является одним из наиболее перспективных инструментов наиболее развитого, на сегодняшний день, межгосударственного союза, который позволяет нивелировать как систематические и правовые недочеты в национальных системах демократических, правовых государств, так и частные случаи нарушения статей Конвенции.

Библиографический список

1. **Биряева А. В., Севаньяева В. В.** Государство и право в учении Джона Локка // *Контентус*. 2017. № 12 (65). С. 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvo-i-pravo-v-uchenii-dzhona-lokka> (дата обращения: 20.03.2022).
2. **Lord Gordon Slynn.** The Development of Human Rights in the United Kingdom // *Fordham International Law Journal*. Volume 28 Issue 2. 2004. P. 477–499.
3. **Simmons, Robert G.** The Writ of Habeas Corpus: The Most Celebrated Writ in the English Law // *American Bar Association Journal*. Volume 41. № 5. American Bar Association. 1955. P. 413–416. URL: <http://www.jstor.org/stable/25719184> (дата обращения: 21.03.2022).
4. **Роднухина Ф. В.** Развитие свобод как важнейший процесс становления института прав человека // *Universum: экономика и юриспруденция*. 2021. №7 (82). С. 37–41. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-svobod-kak-vazhneyshiy-protsess-stanovleniya-instituta-prav-cheloveka> (дата обращения: 20.03.2022).
5. **Gómez, Carmen Morte.** El Convenio Europeo De Derechos Humanos: Primeros Pasos Para Una Nueva Reforma // *Anuario De Derechos Humanos*. Nueva Época. Vol. 5. 2004. P. 755–784.
6. **López Guerra L.** La evolución del sistema europeo de protección de derechos humanos // *TYRC*. № 42. P. 111–130. URL: <https://revistas.uned.es/index.php/TRC/article/view/23649> (дата обращения: 21.03.2022).
7. Annual Report 2020 of the European Court of Human Rights // Council of Europe. 2021. P. 180. URL: https://www.echr.coe.int/Documents/Annual_report_2020_ENG.pdf (дата обращения: 22.03.2022).

Корнеев Святослав Глебович – бакалавр, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Гуманитарный институт, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: korneev.sg@edu.spbstu.ru

*Ангелина Артушевна Кюрегян,
Татьяна Александровна Чертушкина*
Ульяновский государственный университет

ИСТОРИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ АРМЕНИИ И ФРАНЦИИ

Аннотация. Цель исследования заключается в определении отношений Армении и Франции и их дальнейшее сотрудничество в рамках общих мероприятий. В статье подробно рассматриваются две крупнейшие организации, куда входят обе страны. Освещается политическое, экономическое взаимодействие, также Франкофония и Альянс Франсез, рассматривается сам Саммит в Ереване, проходивший в октябре 2018 года и 30-летие дипломатических отношений между Францией и Арменией.

Ключевые слова: Франкофония, Армения, Франция, международные отношения, организация, МОФ, Альянс Франсез, саммит.

*Angelina A. Kyuregyan,
Tatyana A. Chertushkina*
Ulyanovsk State University

HISTORY OF RELATIONS BETWEEN ARMENIA AND FRANCE

Abstract. The purpose of the study is to determine the relations between Armenia and France and their further cooperation within the framework of common activities. The article examines in detail the two largest organizations, which include both countries. The political and economic interaction is covered, as well as the Francophonie and the Alliance Française, the Summit itself in Yerevan, held in October 2018, and the 30th anniversary of diplomatic relations between France and Armenia are considered.

Keywords: Francophonie, Armenia, France, international relations, organization, OIF, Alliance Française, summit.

Французское экономическое присутствие в Армении расширяется с каждым годом: компании, организации с мировым именем

приезжают в страну, в которой среди основных факторов привлекательности очевидны перспективы развивающегося рынка. Для Армении важным достоянием и преимуществом являются возникновение процесса развития инфраструктуры, высокая стоимость рабочей силы, хороший уровень образования и предпринимательский дух.

Историческая связь Армении и Франции, длящаяся более 100 лет, отражается в позитивном имидже Франции и французов в Армении. После объявления независимости Армении с 1990-х годов, более чем 100 французских компаний и предприятий основались в Армении. Среди крупнейших предприятий, играющих значительную роль в экономике страны – Ереванский коньячный завод (Pernod Ricard), ACBA Bank (Credit Agricole), Grant Thornton, Veolia, Amundi [1]. Также следует отметить, что во Франции проживает полмиллиона армян. Значительный след в истории развития страны оставили Левон де Лузиньян (последний царь Армении из франкской династии Лузиньянов), Мисак Манушян (руководитель французского сопротивления в годы второй мировой войны) Шарль Азнавур (певец) и Сильви Вартан (актриса).

Международная организация Франкофония является частью взаимоотношений между Арменией и Францией. Данная организация способствует развитию отношений между странами, которых объединяет знание французского языка и интерес к истории, культуре, традициям Франции. Леопольд Седар Сенгор, Хабиб Бургиба, Хамани Диори и Нородом Сианук были отцами-основателями института Франкофонии, созданного в 1970 году в Ниамее под названием «Агентство культурного и технического сотрудничества». В 1998 это стало межправительственным учреждением франкоязычного сообщества, а далее превратилось в 2005 в международную организацию франкоязычных стран. Главная цель, которой является популяризация французского языка и сотрудничество между 84 государствами-членами, официально закреплена в Хартии франкоязычных стран, принятой в 1997 году на саммите в Ханое и измененной Министерской конференцией в 2005 году в Антананариву (Мадагаскар).

В 2018 году международный день Франкофонии проходил в столице Армении – Ереван. Саммит был открыт в присутствии почти 40 международных лидеров, в том числе президента Франции Эммануэля Макрона [2]. В преддверии мероприятия граждане Армении, в том числе таксисты и полицейские, усиленно учили французский язык, понимая важность проведения XVII саммита Франкофонии в Армении.

Вступление новых стран в МОФ вызывает противоречивые мнения, так, например, Мартин Норманд, научный сотрудник Университета Оттавы, сказал, что признание организацией стран, говорящих по-французски, «особым образом ослабляет статус французского языка даже во французских странах». Он утверждает, что критерии для вступления в организацию с 48-летней историей становятся «все менее и менее строгими», когда речь идет о продвижении французского языка [3].

Другое мнение высказывает посол Армении в Оттаве А. Мкртчян, который считает, что французский язык жив и популярен в этой восточноевропейской стране. «Французский язык стал третьим популярным иностранным языком в Армении» – подметил Ара Мкртчян, заместитель главы миссии посольства. Он уступает русскому и английскому языкам. Французский язык до сих пор преподается в государственных школах Армении, и он отметил, что все его ближайшие родственники говорят свободно по-французски. В 2012 году Армения стала полноправным членом Международной организации франкоязычных стран. А. Мкртчян сказал, что саммит может значительно повысить популярность французского языка в Армении: «Может быть, через 50 лет нас можно будет сравнить с Канадой», – пошутил он [4].

Также можно отметить, что проведение мероприятий такого уровня, как Саммит МОФ является большой честью для государства. В течение двух дней Саммита в Ереване главы государств и представители 84 стран (президент Франции Эммануэль Макрон, премьер-министр Канады Джастин Трюдо, президент Ливана Мишель Аун, президент Руанды Поль Кагаме, президент Мадагаскара Эри Радзаунаримампианина, а также президенты и главы прави-

тельств около 40 государств) обсуждали важные экономические и политические проблемы, связанные с франкоязычной сферой под девизом «vivre ensemble», что переводится как «живите вместе» [5].

Одними из наиболее важных итогов Саммита стало назначение МИДа Руанды Луизы Мушикивабо новым генеральным секретарем МОФ. Участники организации обсудили вопросы и приняли резолюции, касающиеся прав человека, образования и культурного обмена во франкоязычных странах [6].

Президент Франции, Эммануэль Макрон отметил, что если и французский язык происходит из Франции, то сейчас он уже принадлежит всем людям в мире. Обращаясь непосредственно к Николу Пашиняну, он говорил, что будь то в Париже, Марселе или Лионе произнесения слова «Армения» означает «прикосновение к нити национальной чувствительности» [7] Макрон любезно предупредил премьер-министра о возможном надвигающемся авторитаризме, радикализации и других угроз для демократического строя и предложил Франкофонию как форум в качестве решения этих проблем.

XVII Саммит МОФ стал крупнейшим, который организовал постсоветское государство, получившее свою независимость в 1991 году. Армения, являясь участником организации с 2012 года, не остановилось на достигнутом и всего через шесть лет смогла организовать в своей маленькой стране полномасштабный и достойный прием для всех участников МОФ. Она также с 2018 года, после вступления Никола Пашиняна на должность премьер-министра, активно расширяет свои международные связи для более тесного сотрудничества [2].

Благоприятному развитию отношений между Арменией и Францией способствует, такая организация как Альянс Франсез, существующая с 1883 года. Спустя 120 лет после создания, в 2003 году, в Ереване появилось представительство «Альянс Франсез д'Армени». Миссия организации, как и миссия Франкофонии, заключается в распространении французского языка и поощрение армяно-французского диалога. Анри Рено, посол Франции, сказал, что ему доставляет особое удовольствие то обстоятельство, что вхождение «Альянс Франсез д'Армени» как нового предста-

вительства происходит на фоне предоставления Армении в Киншасе статуса полноправного члена в Международной организации Франкофонии [8].

24 февраля 2022 года Франция и Армения отметили 30-летие со дня установления дипломатических отношений. Пашинян отправил Э. Макрону поздравительное послание, на что президент Франции организовал конференцию «Амбиции Франция-Армения», чтобы отметить данное событие. Платформа диалога, которая нацелена на уверенную нацеленность в будущее, объединит высокопоставленных французских и армянских чиновников, местных органов власти, предприятия, ассоциации, а также людей из различных сфер [9].

Таким образом, история развития взаимоотношений Армении и Франции, имея многовековую связь через людей, культуру и традиции, обуславливает общий взгляд на будущее и дальнейшее сотрудничество. Немаловажным аспектом в развитии взаимоотношений является участие стран в таких организациях как Франкофония и Альянс Франсез.

Библиографический список

1. France in Armenia [Электронный ресурс] // CCI France Armenia. URL: <https://www.ccifrance-armenie.com/en/services/france-in-armenia.html> (дата обращения: 24.02.2022).
2. Francophonie summit opens in Armenia // Africanews. URL: <https://www.africanews.com/2018/10/11/francophonie-summit-opens-in-armenia/> (дата обращения: 25.02.2022).
3. La Francophonie summit closes in Yerevan // Xinhua News Agency. URL: http://www.xinhuanet.com/english/2018-10/13/c_137528815.htm (дата обращения: 24.02.2022).
4. **Banerjee S.** Leaders gather in unlikely locale of Armenia for summit of la Francophonie // CityNews Toronto App. URL: <https://toronto.citynews.ca/2018/10/09/leaders-gather-in-unlikely-locale-of-armenia-for-summit-of-la-francophonie/> (дата обращения: 25.02.2022).
5. 17th Francophonie Summit – Visit by Jean-Yves Le Drian, Minister for Europe and Foreign Affairs (Yerevan, 11-12 October 2018) // Ministry for Europe and Foreign Affairs. URL: <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/the->

[ministry-and-its-network/the-work-of-the-ministry-for-europe-and-foreign-affairs/](https://www.diplomatie.gouv.fr/en/the-ministry-and-its-network/the-work-of-the-ministry-for-europe-and-foreign-affairs/) (дата обращения: 26.02.2022).

6. The 17th Summit of the Francophonie in Armenia // Constance Fournier. URL: <https://www.constance-fournier.fr/en/2019/11/26/the-17th-summit-of-the-francophonie-in-armenia/> (дата обращения: 25.02.2022).

7. Francophonie summit opens in Armenia // Africanews. URL: <https://www.africanews.com/2018/10/11/francophonie-summit-opens-in-armenia/> (дата обращения: 26.02.2022).

8. **Мадатян Н.** Франкоязычная Армения [Электронный ресурс] // France Médias Monde. 2012. URL: <https://www.rfi.fr/ru/frantsiya/20121015-frankoyazychnaya-armeniya> (дата обращения: 27.02.2022).

9. Макрон пригласил Пашиняна отпраздновать в Париже 30-летие установления дипотношений между Арменией и Францией // Информационное Агентство «Арка». URL: http://arka.am/ru/news/politics/makron_priglasil_pashinyana_otprazdnovat_v_parizhe_30_letie_ustanovleniya_dipotnosheniy_mezhdu_armen/ (дата обращения: 27.02.2022).

Кюрегян Ангелина Артушевна – бакалавр, кафедра «Истории Отечества и Регионоведения и международных отношений», Ульяновский государственный университет, Ульяновск, Россия. E-mail: kiuregianaa@stud.ulsu.ru.

Чертушкина Татьяна Александровна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Истории Отечества и Регионоведения и международных отношений», Ульяновский государственный университет, Ульяновск, Россия. У-mail: ta-chertushkina@yandex.ru, +7 908 482 88 79.

УДК 327

Люй Цзянь

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

СРАВНЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МЫСЛИ КИТАЙСКОГО КОНФУЦИЯ И ДРЕВНЕГРЕЧЕСКОГО СОКРАТА

Аннотация. Конфуций был известным политическим мыслителем периода Чуньцю в Китае. Его политическая мысль оказала огромное влияние на китайское общество и была источником господствующей политической мысли в древнекитайском обществе. В свою очередь, Сократ

— авангард западной классической политической мысли. Данная статья представляет собой сравнение политической мысли китайского Конфуция и древнегреческого Сократа. В статье объясняются сходства и различия их специфических мыслей путем сравнения предыстории времени возникновения политических мыслей, анализа основного содержания и глубокого влияния их мыслей на восточное и западное общества. Подчеркивается исключительно важное значение морали и образования в политике. В итоге автор делает вывод, хотя политические мысли двух великих мыслителей во многом схожи, но их мысли также очень различны.

Ключевые слова: Конфуций, Сократ, политическая мысль, мораль, образование.

Lyu Jiayin

Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

COMPARISON OF THE POLITICAL THOUGHT OF THE CHINESE CONFUCIUS AND THE ANCIENT GREEK SOCRATES

Abstract. Confucius was a famous political thinker of the Chunqiu period in China. His political thought had a huge impact on Chinese society and was the source of the dominant political thought in ancient Chinese society. And Socrates is the vanguard of Western classical political thought. This article is a comparison of the political thought of the Chinese Confucius and the ancient Greek Socrates. The article explains the similarities and differences of their specific thoughts by comparing the prehistory of the time when political thoughts appeared, analyzing the main content and the deep influence of their thoughts on Eastern and Western societies. The exceptional importance of morality and education in politics is emphasized. As a result, the author concludes that although the political thoughts of the two great thinkers are similar in many respects, their thoughts are also very different.

Keywords: Confucius, Socrates, political thought, morality, education.

Конфуций (551 г. до н. э. — 479 г. до н. э.), родившийся в угасающей дворянской семье в период Чуньцю в Древнем Китае, был известным мыслителем, педагогом и государственным деятелем Древнего Китая, основоположником конфуцианства и оказав-

шим самое далеко идущее влияние на древнюю китайскую историю. Сократ (469 г. до н. э. — 399 г. до н. э.), родившийся в простой семье в Афинах, был самым известным мыслителем, философом и просветителем Древней Греции. Хотя китайский Конфуций и древнегреческие Сократ и Платон жили в двух разных обществах на Востоке и на Западе, все они жили примерно в один и тот же период времени и жили примерно в одной и той же социальной среде, то есть в которой социальная среда беспокойна, а социальные мысли хаотичны [1, с. 11]. Хотя в древневосточном и западном обществах почти не было общения, как первоначальные создатели соответствующих им идей, их идеи имели много общего. Как великие мыслители в истории политической мысли древнего мира, все они выдвигали множество политических взглядов и идей, исходя из реальных социальных условий того времени, и все они пытались решить реальные политические проблемы, отравлявшие общество того времени, чтобы улучшить общество и заставить общество войти в благоприятную деятельность и гармоничное развитие. Поэтому их политическая мысль сформировала законченную идеологическую систему с характерными чертами.

Некоторые ученые называют Сократа Конфуцием Запада. Основные причины, почему его так называли следующие: во-первых, он оказал глубокое и огромное влияние на развитие мысли целых регионов; во-вторых, все мысли Сократа, как и Конфуция, были записаны и систематизированы его учениками, а не изложены им напрямую [2, с. 15]. Например, знаменитый «Лунь Юй» — это книга о словах и делах Конфуция, записанных учениками Конфуция, а мысль Сократа в основном изложена его учениками Ксенофонтом и Платоном [3, с. 18].

Основное философское положение Сократа звучит так: «Я знаю, что ничего не знаю» [4], что очень похоже на то, что сказал Конфуций в «Лунь Юе»: «Знать и считать, что знаешь, или не знать и считать, что не знаешь, — это и есть подлинное знание» [5], это значит настоящим знающим человеком считается тот, кто говорит только то, что он знает, и искренне признает. В то же время Со-

крат, как и Конфуций, рассматривал мораль как основу, исходный пункт и цель политики.

Любая мысль является отражением среды мыслителя, и политическая мысль не является исключением, а также является отражением социальной и политической среды того времени. Поэтому, будь то Конфуций в Китае или Сократ и Платон в Древней Греции, их политическая идеология была отражением политической среды, в которой они находились в то время, и была продуктом исторической реальности того времени – несоответствия различных элементов политической системы рабства, что, в свою очередь, привело к хаотической социальной реальности.

Конфуций жил в период поздней Чуньцю, когда рабовладельческий строй в Китае пришел в упадок, в то время чжухоу (местные вассальные князи) боролись за гегемонию, а Чжоу Тяньцзы (правитель в период Чжоу) потерял реальную власть. В глазах Конфуция самая совершенная, готовая и самая красивая политическая система была разрушена, а общественный строй находился в хаосе. Он считал, что только восстановление Чжоу ли (этикетов Чжоу) может стабилизировать общество. Сократ жил в эпоху, когда процветающее рабовладельческое общество Древней Греции пришло в упадок, процветающее древнегреческое рабство перестало быть процветающим из-за произвола многих людей и неправильной социальной политики правителей.

Сократ считает, что политической властью должны овладеть люди с богатыми знаниями и высокой нравственностью, поэтому он выдвинул тезис о том, что «добродетель есть знание» [6], думая, что только так можно усовершенствовать душу граждан, чтобы они обладали знаниями и образованием и стремились к добру. Конфуций также предлагал правителям осуществлять доброжелательное управление, управлять страной на основе нравственных норм и обучать подданных. В «Лунь Юе» написано: «Сначала будь прав сам, кто не смеет быть правым?»; «Если поведение правителя правильно, даже не отдавая приказ, подданные будут его выполнять; если поведение правителя неправильно, даже отдавая приказ, подданные не будут подчиняться» [7].

Поэтому, управление страной должно быть на основе нравственных норм.

Как мы все знаем, Конфуций был известным просветителем в древнем Китае. Он отстаивал воспитательную идею «в обучении не должно делать различий в зависимости от положения учеников» [8, С. 121]. Он набирал учеников из бедных слоев населения, нарушая государственную монополию знати на образование, позволяя беднякам пользоваться правом на образование и способствуя развитию древнекитайского образования. Сократ считает, что «добродетель есть знание», поэтому город-государство должен уделять внимание воспитанию добродетелей граждан. Хотя он делает упор на талант, но и не отрицает значимость приобретенного образования и считает себя учителем, ответственным за воспитание добродетели. Поэтому его мысль о придании важности образованию также способствовала развитию западного образования.

Хотя в политических мыслях двух великих мыслителей, живущих на востоке и западе земли, есть много общего, их мысли совершенно разные. Например, политическая мысль Конфуция содержала много консервативных элементов. В эпоху великих перемен в период Чуньцю Конфуций пытался сохранить отсталое господство рабовладельцев через концепцию «уважения к «древним» и восстановления этикета», и пытались использовать Чжоу ли (этикетов Чжоу), находившиеся в упадке, для восстановления общественного порядка. В отличие от Конфуция, мысль Сократа была относительно популярна. Столкнувшись с упадком греческой демократической системы того времени, он надеялся установить новый общественный порядок, который был бы прогрессивным.

Библиографический список

1. 向生丽[Сян Шэнли]. 孔子与柏拉图政治思想的比较[Сравнение политических мыслей Конфуция и Платона]. Журнал Университета Гуйчжоу (издание гуманитарных и социальных наук). – 2006. – 30 с.
2. 马啸原[Ма Сяюань]. 西方政治思想史[История западной политической мысли]. Издательство о высшем образовании – Пекин. – 2013. – 35 с.

3. 邹佳俊[Цзоу Цзяцзюнь]. 苏格拉底与孔子政治思想的比较[Сравнение политических мыслей Сократа и Конфуция] . Издательство деловой культуры. – 2012. – 110 с.

4. Платон. Шейнман-Топштейн С. Я., Апт Соломон Константинович, Егуннов А. Н. (переводчик). Диалоги. Апология Сократа. Издательство АСТ. – 2021. – 352 с.

5. 张燕婴[Чжан Яньин]. 《论语译注》 [перевод с примечаниями 《Лунь Юя》] . Книжная компания Чжунхуа. – Пекин. – 2006.

柏拉图[Платон]. 苏格拉底最后的日子[Последние дни Сократа] . Книжный магазин Санлиан. – Шанхай. – 1988.

6. 孔子[Конфуций]. 《论语》 [«Лунь Юй»] . Книжная компания Чжунхуа. – Пекин. – 2006.

7. 于丹[Ю Дан]. 《论语》感悟[Понимание «Лунь Юя»] . Книжная компания Чжунхуа. – Пекин. – 2008. – 170 с.

Лью Цзянь – аспирант, Высшая школа международных отношений, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: LJYIN@yandex.ru.

УДК 325.14

*Даниил Антонович Матвеев,
Альберт Спартакович Григорян*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ МИГРАЦИОННОЙ ПРОБЛЕМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ФРГ

Аннотация. В статье рассматриваются изменения в немецком обществе, произошедшие после начала миграционного кризиса в 2015 году, когда десятки тысяч иммигрантов стали прибывать в Федеративную Республику Германия из стран Ближнего Востока и Северной Африки, а также действия правительства страны, предпринятые для деэскалации данного кризиса. Авторы дают оценку вышеупомянутым правительственным мерам по разрешению кризиса, анализируют их влияние на миграционную ситуацию в стране.

Ключевые слова: иммиграция, кризис, правительственные меры, ФРГ, беженцы.

Daniil A. Matveev, Albert S. Grigoryan
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

METHODS FOR SOLVING THE MIGRATION PROBLEM IN MODERN GERMANY

Abstract. This article examines the changes in German society since the start of the migration crisis in 2015, when tens of thousands of immigrants began arriving in the Federal Republic of Germany from the Middle East and North Africa, and the actions taken by the German government to de-escalate the crisis. The authors assess the aforementioned government measures to resolve the crisis and analyze their impact on the migration situation in the country.

Key words: immigration, crisis, government measures, Germany, refugees.

В 2015 году в страны Европы и, в частности, в ФРГ стало появляться огромное количество иммигрантов. Такая ситуация была обусловлена рядом факторов. Так, многие исследователи отмечают, что 2015 год ознаменовался участвовавшими военными конфликтами на Ближнем и Среднем Востоке и в Северной Африке (например, в Сирии), из-за чего сотни тысяч людей были вынуждены в немедленном порядке покинуть территории военных действий. Среди других причин выделяют привлекательность Германии для «экономических беженцев», которые не видят никаких перспектив в проживании в своих родных странах [1].

К наплыву беженцев в страну немецкое общество отнеслось неоднозначно. Многие сочувствовали иммигрантам, а также понимали, что они могут сыграть значительную роль в преодолении демографического кризиса, сильно бьющего по Германии. Однако были и те, кто видели во множестве новоприбывших источник проблем и угрозу. Усилению таких настроений поспособствовал инцидент, произошедший 31 декабря 2015 года в Кельне, когда большая группа молодых иммигрантов стала совершать противо-

правные действия в отношении жителей города: они бросали в толпы людей петарды, приставали к женщинам, совершали кражи. После этого в Германии появляется все больше противников миграционной политики, проводимой немецкими властями. В стране возникают различные правопопулистские движения, активно выступающие против исламизации Германии. Помимо этого, растет популярность партии правого толка «Альтернатива для Германии» (АдГ). Как утверждает Я. В. Мельник, большинство людей поддержало подобные партии для того, чтобы сподвигнуть действующее на тот момент правительство к изменению политического курса, касающегося иммиграционного вопроса [2]. Таким образом, в конце 2015 года миграционный вопрос в ФРГ резко обострился и главной задачей для немецких властей стала необходимость поиска путей выхода из кризиса.

Для правительства ФРГ быстро стал очевидным тот факт, что одной из причин народного недовольства иммиграционной политикой государства является отсутствие в Германии достаточного количества механизмов интеграции иммигрантов в немецкий социум. А.Е. Надеждин утверждает, что до 2015 года в стране больше внимания уделялось созданию условий для въезда иммигрантов в страну. Предполагалось, что интегрироваться в новое для себя общество они смогут и сами [3]. Однако после обострения миграционного кризиса немецкие власти были вынуждены поменять свою позицию и начать процесс дополнения интеграционного инструментария. Так с 2016 года в ФРГ начала реализовываться программа «Пути к образованию для беженцев», с помощью которой государство помогает молодым иммигрантам и беженцам в поиске профессии и трудоустройстве. Молодые люди получают возможность изучать немецкий язык, а также обучаться на производстве конкретному ремеслу.

По распоряжению правительства также были подготовлены отчеты о системах образования в странах происхождения беженцев. Один из таких отчетов, посвященный системам профессионального образования Сирии, Ирака, Афганистана, Эритреи, Ирана и Сомали составил Кельнский институт экономики. Так стало возможным классифицировать основные показатели уровня обра-

зования иммигрантов для их успешной интеграции на немецкий рынок труда [4].

Отмечается, что социальная адаптация мигрантов и беженцев также является неотъемлемой частью миграционной политики современной ФРГ. Государство поощряет проекты, связанные с адаптацией вновь прибывших в немецком обществе. На территории страны функционируют различные волонтерские организации и фонды, которые помогают иммигрантам, прибывающим в Германию, безболезненно решать насущные вопросы (например, правильное заполнение немецких документов, обучение немецкому языку и т. д.) [3].

Помимо содействия интеграции иммигрантов в общество, немецкое правительство внесло изменения в нормативно-правовую базу миграционного законодательства для усовершенствования регулирования миграционных потоков и во избежание попадания в страну нежелательных личностей.

В первую очередь было подготовлено два пакета поправок (Asylpaket I и Asylpaket II) в Закон об убежище. Они подразумевали: облегчение процесса депортации, снижение расходов на медицинское сопровождение беженцев, открытие центров первичного приема беженцев, финансирование которых должно осуществляться как из бюджета земель, так и из федерального бюджета. Для беженцев, получивших разрешение на временное пребывание в Германии, был обеспечен доступ к рынку труда (в рамках предыдущего законодательства соискателям убежища в ФРГ было запрещено заниматься трудовой деятельностью). Для беженцев, вызывающих подозрения у правительства (лица, которые сообщили о себе ложную информацию, а также люди без документов), были открыты отдельные центры размещения. Соискатели убежища, содержащиеся в таких учреждениях, не имеют права покидать район, в котором расположен центр размещения. Помимо этого, новые поправки подразумевали внесения ряда государств в реестр «безопасных стран происхождения». Такая мера поспособствовала сокращению притока беженцев в страну. В реестр были добавлены такие страны как Черногория, Албания, Косово, Алжир, Марокко

и Тунис. Таким образом, ходатайство о предоставлении убежища будет скорее всего отклонено, если заявитель родом из страны без-опасного происхождения. [5].

В 2016 году был принят Закон об усовершенствовании регистра-ции и обмена данными в целях регулирования пребывания и пре-доставления убежища, согласно которому личные данные соиска-телей убежища в ФРГ могут быть выборочно направлены в органы разведки страны с целью проведения дополнительной проверки [3]. Принятие данного закона связано с необходимостью предот-вращения возможных террористических актов и других противо-законных действий, инициаторами которых могут быть крими-нальные элементы, подавшие заявку на предоставление убежища в ФРГ так же, как и сотни тысяч мирных беженцев.

Вдобавок к реформированию миграционного законодатель-ства, как справедливо замечает В.С. Малахов, правительство ФРГ принимало активное участие в продвижении заключения согла-шения между Турцией и ЕС (соглашение вступило в силу в марте 2016 года), по которому Турция обязывалась забирать из ЕС неле-гальных беженцев, попавших на его территорию по Восточно-сре-диземноморскому маршруту [6]. Европейский союз взял на себя все расходы на обустройство специальных лагерей содержания таких беженцев. Благодаря этому соглашению количество людей, попадавших через Турцию в Германию, значительно сократилось, и в этом действительно есть заслуга немецких властей.

Таким образом, миграционный кризис, разразившийся в 2015 году, сильно ударил по ФРГ. Немецкое законодательство факти-чески позволяло всем желающим запросить убежище на терри-тории страны. Возросшая частота преступлений, совершаемых беженцами и иммигрантами, сподвигла людей открыто протесто-вать против миграционного курса, проводимого правительством Ангелы Меркель, посредством поддержки партий правого уклона и организации правопопулистских движений. Однако после собы-тий 2015 года, правительство ФРГ предприняло ряд мер, которые должны были стабилизировать ситуацию в стране и в большей сте-пени нивелировать последствия кризиса.

После анализа вышеуказанных мер авторы данной статьи пришли к выводу о том, что в большинстве своем они действи-тельно были успешны.

Во-первых, реформирование нормативно-правовой базы ми-грационного законодательства (пополнение реестра стран без-опасного происхождения, усиление мер по надзору за подозри-тельными беженцами, а также упрощение процесса депортации) и содействие со стороны Германии заключению соглашения между ЕС и Турцией позволили значительно сократить поток беженцев и мигрантов, направляющихся в ФРГ. В 2016 году в Германию при-были 722370 человек, а уже в 2017 – только 198317. В 2018 г. количе-ство прибывших сократилось еще сильнее [7].

Во-вторых, сейчас невозможно говорить о полной интегриро-ванности иммигрантов в немецкий социум, однако пополнение немецким правительством интеграционного инструментария в обозримом будущем может поспособствовать частичной или даже полной ассимиляции мигрантов. Кроме того, в условиях сильного демографического кризиса, охватившего всю ФРГ, меры по обе-спечению для молодых беженцев доступа к рынку труда, принятые немецкими властями, помогут преодолеть недостаток рабочих рук.

В-третьих, усиление мер безопасности на законодательном уровне в отношении соискателей убежища, вызывающих сомне-ния, позволило предотвратить проникновение в страну нежела-тельных элементов, а также избежать ситуаций, подобных ново-годней ночи 2015 года.

На современном этапе невозможно говорить о полном пре-одолении последствий миграционного кризиса, захлестнувшего Германию в 2015–2016 гг., и фраза представительницы партии «Зе-леных» Ирен Михалич «интеграция не происходит в одночасье...» без сомнения верна [8]. Однако можно утверждать, что антикри-зисные действия, которые были призваны стабилизировать ситу-ацию в ФРГ после событий 2015 года и предотвратить эскалацию кризиса, по большей части справились со своей задачей. Теперь дальнейшие шаги правительства ФРГ покажут станет ли возмож-ным полное преодоление кризисной ситуации.

Библиографический список

1. **Рукавицын П. М., Манохин И. В.** Иммиграционная политика Германии и интеграция иностранцев: масштабы проблемы и пути решения. // Вестник МГЛУ. — 2016. — № 3 (742). — С. 169–175.
2. **Мельник Я. В.** Причины роста популярности правопопулистской партии «Альтернатива для Германии». // Вопросы студенческой науки. — 2020. — № 2 (42). — С. 173–179.
3. **Надеждин А. Е.** Влияние современных миграционных процессов на национальную безопасность Германии: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. / Надеждин Александр Евгеньевич. — М., 2021. — 189 с. — 000687675.
4. **Stoewe, K.** Bildungsstand von Geflüchteten: Bildung und Ausbildung in den Hauptherkunftsländern. / K. Stoewe. — Köln, 2017. — 53 s.
5. Das Asylgesetz (AsylG) [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.buzer.de/sl.htm?g=asylg&f=1> (дата обращения: 18.03.22.).
6. **Малахов В. С.** Германия после «миграционного кризиса»: политика, экономика, общество. // Мировая экономика и международные отношения. — 2018. — Т. 62. — №5. — С. 41–51.
7. **Исламова Ю. Р.** Миграционный кризис в Германии: переход на новую стадию (по материалам журнала Spiegel). // Электронный научный журнал «Медиаскоп». — 2020. — № 1. — Режим доступа: <http://www.mediascore.ru/2599> (дата обращения: 19.03.22.).
8. Миграционный кризис пять лет спустя: справилась ли ФРГ с интеграцией беженцев? [Электронный ресурс]. — URL: <http://iconinvest.ru/news/647-migracionnyj-krizis-pjat-let-spustja-spravilas-li-frg-s-integraciej-bezhencev.html> (дата обращения: 19.03.22.).

Матвеев Даниил Антонович — бакалавр, «Высшая школа международных отношений», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: danya3564877@gmail.com; контактный телефон: +79117343903.

Григорян Альберт Спартакович — бакалавр, «Высшая школа международных отношений», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: albert200156@gmail.com; контактный телефон: +79218865626.

УДК 327

*Юрий Дмитриевич Павличенко,
Любовь Олеговна Букарева*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ГОРОДА-ПОБРАТИМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ МЕЖГОСУДАРСТВЕННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И ИСПАНИИ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению истории развития побратимского движения между городами России и Испании. Авторы осуществляют попытку проследить основные векторы сотрудничества и перспективы взаимоотношений в рамках российско-испанского диалога.

Ключевые слова: породнённые города, города-побратимы, российско-испанские отношения, российско-испанский диалог, международное сотрудничество, дипломатия городов, мягкая сила.

*Yury D. Pavlichenko,
Lyubov O. Bukareva*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

SISTER CITIES AS AN INSTRUMENT OF INTERSTATE COOPERATION BETWEEN RUSSIA AND SPAIN

Abstract. The article is devoted to the consideration of the history of the development of Twin Cities movement between the cities of Russia and Spain. The authors try to trace the main vectors of cooperation between the Twin Cities of Russia and Spain and the prospects for mutual relations within the framework of the Russian-Spanish dialogue.

Keywords: twin towns, sister cities, Russia-Spain relations, Russian-Spanish dialogue, International Cooperation, city diplomacy, soft power.

Как известно, развитие побратимского движения в России ведёт начало со времен Второй мировой войны. в 1944 г., два города — английский Ковентри и советский Сталинград — приняли ре-

шение об установлении дружеских связей [1]¹. Однако наибольшее развитие побратимское движение получило с начала 2000-х годов и в рамках развития международных отношений и установления дипломатии городов к программе присоединяются все новые города, которые устанавливают дружеские связи, ведут социокультурное, научное, технологическое сотрудничество. Целью исследования является изучение тех точек соприкосновения, которые становятся основой для развития дружеских связей между городами и тех возможностей, которые открывает такое взаимовыгодное сотрудничество. Актуальность работы состоит в том, что Испания является одним из перспективных туристических направлений, кроме того, обладает богатой историей, страна активно развивает сельское хозяйство, также перспективным видом делового сотрудничества в сфере услуг, легкой промышленности и социальной сфере [2]². Уже существует взаимобмен на уровне студенческого движения, профессиональных кадров среди медиков и работников сферы туризма и гостиничного бизнеса, активно развиваются культурные связи [3]³.

В рамках международного диалога с Испанией побратимские связи установили уже более 10 городов: Барселона – Санкт-Петербург, Леон – Воронеж, Мадрид – Москва, Куртис – Галисия – Новое Девятино, Хихон – Новороссийск, Севилья – Ростов-на-Дону, Кульера – Сыктывкар, Мадрид – Тюмень, Сант Бой де Льобрегат – Нижний Новгород [4]⁴. Первыми городами-побратимами стали Санкт-Петербург и Барселона в 1985 году и Хихон с Новороссийском, которые подписали договор о дружбе в 1984 году. Одними из последних городов, присоединившихся к побрата-

тимскому движению, стали Коломна и Асторга, которые подписали договор о сотрудничестве 11 июня 2019 года [5]¹.

Одним из ключевых примеров контакта России и Испании может служить факт проведения в 2009 году исторической конференции между странами на предмет победы над фашизмом в Великой Отечественной войне. Помимо конференции, проводились различные выставки, устанавливались памятники, а также концерты и выступления в честь Победы в войне [6]². Также в Испании (в городе Аликанте) в 2017 году произошло торжественное открытие мемориала в честь человека, который совершил первый полет в космос – Юрия Гагарина [7]³. Также страны отметили 80-летнюю годовщину, посвященную детям Гражданской войны, которые искали убежище и нашли его в СССР. Для почтения этого события было представлено представление «Кармен и Антонио».

Чтобы понять возможность установления тесных контактов, необходимо рассмотреть понятие «глобального города», введенное Д. А. Савкиным. По мнению исследователя, в современном мире город становится международным политическим актором, мягкой силой для укрепления связей между странами, «средоточием важнейших импульсов развития страны и формирования гражданского общества, становления и совершенствования государственных институтов, международных организаций, внешнеполитических структур, межгосударственных политических и экономических связей, обменов в области культуры» [8]⁴ и превращается в один из значимых инструментов дипломатии. Потому мы рассматриваем все стороны российско-испанского побратимского движения в рамках установления диалога между странами и обращаем

¹ What is the point of Coventry's twin towns? URL: <http://www.coventrytelegraph.net/news/local-news/what-point-coventrys-twin-towns-3038605> (дата обращения: 17.02.2022)

² В Общественной палате предлагают активизировать движение городов-побратимов. URL: <http://www.volgadmin.ru/ru/SitesDepartments/GovernsDzs/News-Full2.aspx?idn=413> (дата обращения: 17.02.2022)

³ Международная ассоциация «Породненные города» URL: <http://goroda-pobratimy.ru/> (дата обращения: 17.02.2022)

⁴ CGLU. Sobre nosotros. URL: <http://www.uclg.org/es.organizacion/sobre-nosotros> (дата обращения: 17.02.2022)

¹ Коломна и испанская Асторга стали городами-побратимами URL: <https://ria.ru/20190612/1555516074.html> (дата обращения: 27.02.2022)

² О конференции в Испании о Великой Отечественной войне // Официальный сайт МИД РФ 06.05.2009 URL: <https://www.mid.ru/tv/?id=1745059&lang=ru> (дата обращения: 04.03.2022).

³ Памятник Ю.Гагарину открыт в Университете Аликанте // Официальный сайт МИД РФ. 02.06.2017. URL: https://www.mid.ru/ru/maps/es/-/asset_publisher/qqaftq2hgncm/content/id/2776151/ (дата обращения: 04.03.2022)

⁴ Савкин Д. А. Глобальный город как актор мировой политики. Автореф. дисс. на соискание уч. ст. канд. полит. наук. СПб., 2010, с. 3/

внимание на те положительные стороны, которые будут способствовать интенсификации диалога в условиях пандемии, перехода к дистантным отношениям и развития новых технологий. Так, одним из важных факторов называем международный форум «Умный город», который ежегодно проходит в Барселоне, а также ряд культурно значимых событий в сфере театральных фестивалей и карнавалов, онлайн-туризма, спортивных мероприятий и традиционных испанских развлечений. Именно поиск точек соприкосновений, культурный и научный взаимообмен могут стать отправной точкой в рамках выстраивания многолетней дружбы и обмена новейшими научными, технологическими, культурными достижениями.

Известно, что Воронежский государственный университет тесно сотрудничает с Леонским. Таким образом, учебные заведения ведут кооперативную деятельность в научных областях: филологии, международного права, истории, философии, географии и других. Вследствие их сотрудничества, был разработан русско-испанский словарь экономических терминов под редакцией проректора по международным делам Университета Леона Эрменехильдо Лопеса Гонсалеса и доцента ВГУ Валентины Белоусовой. Также ежегодно университеты реализуют программу по обмену студентами¹ [9].

Также следует упомянуть о визите нижегородских специалистов в сфере психиатрии в город Сант Бой де Любрегат с 16 по 19 января 2013 года. Визит был организован в рамках официального открытия Психиатрического Центра Каталонии. В городе расположено 4 центра первичной медико-санитарной помощи и областная больница, имеется 7 гериатрических учреждений, предлагающих около 650 больничных коек и 155 мест дневного стационара за пожилыми людьми. Данный визит позволил нижегородской делегации посмотреть новый центр, психиатрические центры, принять участие в медицинском симпозиуме, изучить новые технологии

¹ Испания по-русски. URL: <https://espanarusa.com/ru/news/article/48655> (дата обращения: 09.03.2022)

лечения и обращения с пациентами, обменяться опытом с коллегами. В рамках визита были установлены контакты с испанскими специалистами¹ [10].

Библиографический список

1. CGLU. Sobre nosotros. URL: <http://www.uclg.org/es/organizacion/sobre-nosotros>.
2. What is the point of Coventry's twin towns? URL: <http://www.coventrytelegraph.net/news/local-news/what-point-coventrys-twin-towns-3038605>.
3. В Общественной палате предлагают активизировать движение городов-побратимов. URL: <http://www.volgadmin.ru/ru/SitesDepartments/GovernsDzs/NewsFull2.aspx?idn=413>.
4. Испания по-русски URL: <https://espanarusa.com/ru/news/article/48655>.
5. Коломна и испанская Асторга стали городами-побратимами URL: <https://ria.ru/20190612/1555516074.html> (дата обращения: 17.02.2022)
6. Международная ассоциация «Породнённые города». URL: <http://goroda-pobratimy.ru/>.
7. О конференции в Испании о Великой Отечественной войне // Официальный сайт МИД РФ 06.05.2009 URL: <https://www.mid.ru/tv/?id=1745059&lang=ru>.
8. Памятник Ю. Гагарину открыт в Университете Аликанте // Официальный сайт МИД РФ. 02.06.2017. URL: https://www.mid.ru/ru/maps/es/-/asset_publisher/qqaftq2hgnem/content/id/2776151/.
9. Савкин Д. А. Глобальный город как актор мировой политики. Автореф. дисс. на соискание уч. ст. канд. полит. наук. СПб., 2010.
10. Сант Бой де Любрегат. История развития побратимских отношений URL: <https://нижнийновгород.рф/Gostyam/Goroda-pobratimy/Sant-Boy-de-Lobregat-Ispaniya-Istoriya-razvitiya-pobratimskih-otnosheniy> (дата обращения: 09.03.2022).

Павличенко Юрий Дмитриевич – студент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия. E-mail: Yura89188918@mail.ru.

Букарева Любовь Олеговна – студент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия. E-mail: bukareva.lo@edu.spbstu.ru.

¹ Сант Бой де Любрегат. История развития побратимских отношений URL: <https://нижнийновгород.рф/Gostyam/Goroda-pobratimy/Sant-Boy-de-Lobregat-Ispaniya-Istoriya-razvitiya-pobratimskih-otnosheniy> (дата обращения: 09.03.2022)

Анастасия Рустамовна Рахманова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ВЛИЯНИЕ МИГРАНТОВ НА СОЦИАЛЬНУЮ ОБСТАНОВКУ В ГОРОДАХ ГЕРМАНИИ НА ПРИМЕРЕ БЕРЛИНА И МЮНХЕНА

Аннотация. Миграционный кризис в Европейском союзе начался в 2015 году и продолжается до наших дней. Его последствия еще долго будут решаться государственными органами стран Европы, в том числе социальный вопрос. Множественные случаи беспорядков привнесли в эту проблему еще больше актуальности для Бундестага. Два крупнейших мегаполиса и экономических лидеров ФРГ – Берлин и Мюнхен – столкнулись с проблемой эскалации внутренних конфликтов внутри общества. В статье рассматриваются причинно-следственные связи скептического и частично отрицательного настроения немцев и населения Германии по отношению к выходцам из стран с обостренным политическим кризисом, а также беженцам из «горячих точек» мира.

Ключевые слова: межэтнический конфликт, беженцы, Евросоюз, беспорядки, митинги, опрос.

Anastasiia R. Rahmanova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

THE IMPACT OF MIGRANTS ON THE SOCIAL SITUATION IN GERMAN CITIES ON THE EXAMPLE OF BERLIN AND MUNICH

Abstract. The migration crisis in the European Union began in 2015 and continues to this day. Its consequences will be solved for a long time by the state bodies of European countries, including the social issue. Multiple cases of riots have brought even more urgency to this problem for the Bundestag. The two largest megacities and economic leaders of Germany – Berlin and Munich –

faced the problem of escalation of internal conflicts within society. The article examines the cause-and-effect relationships of the skeptical and partially negative attitude of the Germans and the German population towards immigrants from countries with an acute political crisis, as well as refugees from the “hot spots” of the world.

Keywords: interethnic conflict, refugees, the European Union, riots, rallies, poll.

На протяжении уже нескольких десятилетий Европа является «магнитом» для большинства иммигрантов, в условиях постоянно изменяющегося мира. Экономические и политические кризисы в разных частях света толкают граждан на краткосрочное, долгосрочное и постоянное пребывание в принимающих странах. С 2012 года Германия является страной-лидером по количеству прибывающих беженцев с каждым новым поворотным событием в мире не только из-за своей открытости для всех нуждающихся, но и из-за высоких показателей экономического роста страны [1]. Ангела Меркель в 2015 году заявила о готовности Германии принять беженцев из стран Северной Африки, Ближнего Востока и Южной Азии, тем самым нарушив Дублинскую конвенцию 1990 года [2], по которой мигранты могли просить об убежище только ту страну, границу которой пересекли первой.

Большой привлекательностью для мигрантов являются крупные города, в которых есть возможность заработать больше денег, чем в городах периферии. Расселение и соотношение мигрантов к коренному населению имеют большое значение в дальнейшей ассимиляции и интеграции прибывших иностранных граждан при условии их долгосрочного или постоянного пребывания в принимающей стране [3]. Мюнхен, находящийся на юге ФРГ в Баварии, принял на себя основной удар прибывающих беженцев во время Европейского миграционного кризиса, начавшегося в 2015 году. Власти города, в том числе мэр Мюнхена Дитер Рейтер, призывали власти других федеральных земель Германии усилить меры по приему и размещению мигрантов. С каждой недели количество прибывающих мигрантов в Баварию увеличи-

валось вдвое, что послужило разделению общественного мнения: по всей стране, включая федеральную землю Бавария, прошли митинги как в поддержку беженцев, так и против них [4]. Приняв за первые две недели миграционного кризиса около 50 тысяч беженцев, власти Баварии были вынуждены выделять больше средств на поддержку и расселение мигрантов, а также на социальные выплаты.

В Берлине также проходили митинги и забастовки с противоречащими друг другу лозунгами и позициями. Как и в Мюнхене, в столице ФРГ было зафиксировано немало случаев кражи, ограблений и беспорядков. Настроения в обществе были неоднородны, что также создавало определенное напряжение среди населения. Массовое заселение жилых кварталов мигрантами в западной части Берлина омрачало статус районов и создавало в обществе чувство тревоги и опасности, в первую очередь из-за участвовавших правонарушений и образования своеобразной общины беженцев [5, с. 35].

Произошедшие массовые беспорядки в Кельне в новогоднюю ночь 1 января 2016 года вызвали невероятно сильную волну протестов коренного населения в обоих рассматриваемых крупных городах. В Берлине митинги проходили у самого здания ведомства канцлера ФРГ Ангелы Меркель, а в Мюнхене – на центральной Мариенплац.

Несмотря на пережитые потрясения, немцы, как показывает статистика, с течением времени начали рассматривать ситуацию с разных сторон. По результатам исследования Фонда Бертельсманна, к лету 2019 года о положительном отношении к беженцам заявили 56% опрошенных, в то время как о трудовых мигрантах позитивно отзывались 71% участников опроса. Также к прибывающим мигрантам и беженцам молодежь оказалась более открытой. И хотя скептическое отношение к проблеме миграционного кризиса также заметно снижается, на востоке страны оно закрепило свои позиции среди населения Германии сильнее, чем на западе.

Более того, в 2017 году социальный опрос показал, что 54%

опрошенных были уверены, что Германия не может больше принимать беженцев, а в 2019 году на этот вопрос ответили также уже 49% респондентов [6]. Одновременно с этим около 37% убеждены, что принимать беженцев и дальше – гуманитарный долг Германии.

Подводя итог всему вышесказанному, можно утверждать, что социум постепенно привыкает к мигрантам, конечно, не без помощи времени и проводимой властями политики. Постепенная интеграция мигрантов также влияет на общую картину и атмосферу в крупных городах и не только. Разумеется, пока рано говорить о полной адаптации беженцев, однако процесс уже идет довольно уверенно. Берлин и Мюнхен видели много печальных событий, ставших последствиями провалов в миграционной политике ЕС. Власти понимают всю значимость своих действий и решений в вопросе урегулирования социальной обстановки в крупных городах не меньше, чем значимость возможных компромиссов и усердной работы по вопросу интеграции мигрантов.

Библиографический список

1. OECD: Migration Policy Debates. September 2015, №7. URL: <https://www.oecd.org/migration/Is-this-refugee-crisis-different.pdf> (дата обращения: 22.03.2022).
2. Дублинская конвенция 1990 года. URL: https://www.unhcr.org/ru/wp-content/uploads/sites/73/2019/12/%D0%94%D1%83%D0%B1%D0%B%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F_1990.pdf (дата обращения: 22.03.2022).
3. Шатило Д. П. Процессы социальной дифференциации в глобальных городах Европы на примере расселения иммигрантов и стоимости жилья // РСМ. 2021. №1 (110). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsessy-sotsialnoy-differentsiatsii-v-globalnyh-gorodah-evropy-na-primere-rasseleniya-immigrantov-i-stoimosti-zhilya> (дата обращения: 22.03.2022).
4. BBC News. Русская служба. «Мюнхен может не справиться с наплывом мигрантов» // 12.09.2015 // URL: <https://www.bbc.com/russian/>

international/2015/09/150912_germany_new_wave_migrants_army (дата обращения: 23.03.2022).

5. **Вендина О. И., Паин Э. А.** Многоэтничный город. Проблемы и перспективы управления культурным разнообразием в крупнейших городах. М.: Сектор, 2018. 184 с.

6. DW. «Социологи изучили отношение немцев к трудовым мигрантам и беженцам»/ Ходала Д., Аросев Г.; 29.08.2019 // URL: <https://www.dw.com/ru/%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B0%D0%BC/a-50205041> (дата обращения: 23.03.2022).

Рахманова Анастасия Рустамовна – бакалавр, ВШМО, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: arahmanova9@mail.ru.

УДК 329

Екатерина Денисовна Связженина
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ТЕНДЕНЦИИ ФЕМИНИЗМА ЧЕТВЕРТОЙ ВОЛНЫ В ИСПАНИИ

Аннотация. Статья посвящена анализу актуальных тенденций феминистского движения в Испании. В XXI веке многие женщины продолжают сталкиваться с общественным осуждением и несправедливостью, физическим и психологическим насилием. Испания – это страна, где за последние десятилетия была проделана крупная работа в вопросе гендерного равноправия и репродуктивных прав женщин. Однако, несмотря на это, движение не потеряло свою популярность, а лишь набирает её. В обществе поднимаются вопросы, которые раньше не рассматривались или считались табуированными. Правительство не стоит на месте и реагирует на требования граждан: предлагаются реформы принятых законов, вводятся поправки и дополнения. В статье изучается современная проблематика женского движения.

Ключевые слова: Испания, феминизм, насилие, виктимблейминг, репродуктивные права.

Ekaterina D. Svyazhenina
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

TRENDS OF FOURTH-WAVE FEMINISM IN SPAIN

Abstract. The article is devoted to the analysis of current trends of the feminist movement in Spain. Nowadays many women continue to face public condemnation, injustice, violence. In Spain major work has been done in recent decades on the issue of gender equality and women's reproductive rights. However, the movement has not lost its popularity, but is only gaining it. Issues that were not previously considered are being raised in society. The government does not stand still and responds to the demands of citizens: proposes reforms, introduces amendments and additions. The article studies the modern problems of the women's movement.

Keywords: Spain, feminism, violence, victim blaming, reproductive rights.

В прошлом веке благодаря выдающимся представительницам феминистского движения, которые выступали против патриархальной системы, массовым демонстрациям и забастовкам были проложены шаги к гендерному равенству в социальной, политической и культурной сферах жизни. Женщины получили право голоса, смогли участвовать в выборах, была увеличена социальная поддержка, а также в целом изменились социальные роли женщины в обществе. В XXI веке вопросы феминизма все еще занимают многих исследователей, общественных деятелей и простых граждан. Насилие над женщинами и общественные устои продолжают влиять на нашу жизнь. С развитием современного мира появляются и новые проблемы («налог на розовое» и вопрос легализации аборт) и направления (движение ТЭРФ).

Основной современной проблематики феминизма четвертой волны в Испании сейчас является сексуальное насилие по отношению к женщинам. В 2018 году в Арагоне было проведено исследование [1], согласно которому 15,5% женщин региона подвергались домогательствам, нападениям или агрессии сексуального характера. При этом около 72% респондентов не заявили об этом

в правоохранительные органы. Это свидетельствует о том, что все ещё сильно давление со стороны общественного мнения, а также тема до сих пор является табуированной. В большинстве случаев женщины не заявляют о насилии в полицию, так как боятся осуждения со стороны окружения и пренебрежительного отношения, а также того, что судебная система будет к ним несправедлива или им не поверят. 38% женщин подвергались такому насилию со стороны партнера, почти 18% со стороны коллеги, 16,5% со стороны друга или знакомого и 10% со стороны ближайшего родственника (отца, отчима или другого члена семьи мужского пола). Лишь к 15% опрошенных насилие было применено со стороны постороннего, незнакомого человека. Это может говорить о том, что зачастую насилие может быть совершено кем-то знакомым, по отношению к кому женщина находится в подчиненном положении (отчим, начальник). Поэтому страх быть осужденной со стороны родственников, знакомых или потерять место работы в таких случаях только возрастает.

Еще одним социальным фактором, из-за которого не все жертвы заявляют о насилии, является виктимблейминг [2], то есть осуждение самой жертвы, перекладывание части ответственности на нее. К этому относятся вопросы по типу: «Во что ты была одета?», «Почему шла так поздно одна?» и т.п.; а также обвинения жертвы в её безответственности, неосторожности, неправильном поведении и беспомощности («сама виновата», «дала повод»). Такое общественное давление только ухудшает состояние пострадавшей, а также приводит к тому, что далеко не все жертвы обращаются в правоохранительные органы, и, соответственно, виновные остаются безнаказанными.

Следующим важным аспектом феминизма четвертой волны в Испании является борьба за легализацию абортов. В 2010 году Сенатом Испании был принят Закон о сексуальном и репродуктивном здоровье и добровольном прерывании беременности [3] (далее «закон 2010 г.»), согласно которому женщина имеет право на аборт без указания причины до 14 недель. Также стало возможным искусственное прерывание беременности на сроке до 22 недель в

случае, если есть угроза физическому или психологическому здоровью матери, а также при пороках развития плода. До 2010 года в стране этот процесс был легален, но были серьезные ограничения, которые и были реформированы новым законом.

В 2021 г. Министерством по вопросам равноправия был предложен план по реформации [4] Закона 2010 года [3]. Речь идет о расширении и обеспечении эффективного осуществления уже предоставленных прав. Дело в том, что не всех регионах данная услуга является одинаково доступной, хотя предоставляется государством. Некоторые женщины сталкиваются с трудностями, когда принимают решение прервать беременность, это оттягивает время до процедуры, которое является жизненно важным в этой ситуации. В некоторых регионах Испании нет специализированного центра, где можно прервать беременность. Помимо этого есть регионы, где ни одна государственная больница не практикует добровольное прерывание беременности, так как в праве отказать по соображениям совести, хотя, согласно Закону 2010 года [1], государственные учреждения обязаны обладать соответствующим персоналом. Поэтому для организации эффективного и доступного процесса предлагается создать индивидуальный для каждой больницы реестр специалистов, которые отказываются по моральным соображениям предоставлять данную услугу.

Следующим аспектом, против которого выступают феминистки четвертой волны, является суррогатное материнство. В испанском обществе есть как противники этой практики, так и те, кто её поддерживает [5]. Суррогатное материнство расценивается, как продукт глобализации и поощрение потребительской культуры, где у женщин из бедных развивающихся стран нет другого выбора, как использовать свое тело на благо более богатых и обеспеченных людей из развитых стран. Суррогатная мать становится «объектом», а ребенок и стремление стать родителями – «товаром». Это также имеет и свои психологические последствия, так как нет гарантии, что женщина после такого опыта не получит травмы после расставания с ребенком или в случае прерывания беременности. Министерство по вопросам равноправия предлагает изменения и

в этой сфере в рамках проекта по реформации [4] Закона 2010 года [1], потому что нарушаются многие права женщин во время беременности, например, право на мобильность, аборт. Планируется разработать законодательство, которое бы гарантировало права беременных женщин, запретить деятельность компаний, которые поощряют суррогатное материнство. Такая практика подрывает человеческое достоинство женщины.

Благодаря усилиям женщин и феминистских организаций в Испании уже удалось добиться большого прогресса в вопросе гендерного равноправия. Однако много работы еще предстоит сделать, и не только на законодательном уровне, но и на общественном. Насилие над женщинами продолжает происходить в 2022 году не только потому, что иногда государство прикладывает недостаточно усилий для решения этой проблемы, но и потому, что люди недостаточно просвещены в этой теме. Женщины в Испании и других странах до сих пор сталкиваются с осуждением или пренебрежительным отношением, домогательствами и насилием, потому что люди продолжают считать недопустимое поведение нормой, поэтому необходимо прикладывать больше усилий для просвещения людей в таких вопросах, к чему и стремится феминистское движение.

Библиографический список

1. **Boira S. et al.** La percepción de la violencia contra las mujeres en la población aragonesa // Universidad de Zaragoza. Recuperado de: <https://www.aragon.es/-/estudios-investigaciones-informes-sobre-violencia-contra-la-mujer-realizados-enaragon>. – 2018 (дата обращения 23.03.2022).
2. **Бендрикова А. Ю.** Виктимблейминг: социологический аспект изучения // Образование и проблемы развития общества. 2018 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/viktimbleyming-sotsiologicheskii-aspekt-izucheniya> (дата обращения: 24.03.2022).
3. Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de salud sexual y reproductiva y de la interrupción voluntaria del embarazo [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.boe.es>.
4. **Nuria López.** «Objeción de conciencia, violencia obstétrica y vientres de alquiler: Los temas claves que plantea la reforma de la ley del aborto en España» //

[Электронный ресурс]. URL: <https://actualidad.rt.com/actualidad/398998-violencia-obstetrica-vientres-alquiler-ley-aborto-espana> (дата обращения: 24.03.2022).

5. **Laura Peraita.** «Argumentos a favor y en contra del «vientre de alquiler»» // [Электронный ресурс]. URL: https://www.abc.es/familia/padres-hijos/abci-argumentos-favor-y-contra-vientre-alquiler-201603210240_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Ffamilia%2Fpadres-hijos%2Fabci-argumentos-favor-y-contra-vientre-alquiler-201603210240_noticia.html (дата обращения: 24.03.2022).

Свяженина Екатерина Денисовна – студент 2-го курса бакалавриата, кафедра «Высшая школа международных отношений», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: svyazhenina.ed@edu.spbstu.ru, тел.: +7 (911) 708-36-11

УДК 327.7

Анастасия Сергеевна Смирнова
Военный университет
Министерства Обороны

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ГУМАНИТАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРИМЕРЕ СОТРУДНИЧЕСТВА ПАНАМЫ И КОСТА-РИКИ

Аннотация. Данная статья раскрывает новые модели международного сотрудничества в регионе. В ней рассматривается деятельность ООН по обеспечению гуманитарной безопасности на примере сотрудничества стран Панамы и Коста-Рики. Дается небольшая справка о гуманитарной безопасности, рассказывается о типовой программе действий, которая применяется при оценке рисков и угроз тех или иных людей. В статье приводится пример решения проблемы народа нгабе-бугле на региональном уровне посредством сотрудничества стран, организаций и международных организаций в рамках обеспечения гуманитарной безопасности. В конце статьи также рассказывается о дальнейших направлениях международного и регионального сотрудничества, направленного на улучшение положения этого народа.

Ключевые слова: Гуманитарная безопасность, ООН, народ нгабе-бугле, международные организации.

Anastasia S. Smirnova
Military University of Ministry of Defense

ENSURING CROSS-BORDER HUMAN SECURITY ON THE EXAMPLE OF PANAMA AND COSTA-RICA COOPERATION

Abstract. This article reveals new models of international cooperation in the region. It examines the activities of the UN to ensure human security on the example of cooperation between the countries of Panama and Costa Rica. There is given a small reference on human security, as well as a typical action program that is used to assess the risks and threats of certain people. The article provides an example of solving the problem of the Ngabe-Bugle people at the regional through the cooperation of counties, organizations and international organizations in the framework of ensuring human security. At the end, the article also tells about the further directions of international and regional cooperation aimed at improving the situation of this people.

Keywords: Human security, the UN, the Ngabe-bugle people, international organizations.

В наше время существует достаточно много международных организаций, которые стремятся и имеют возможность помогать людям по всему миру. Одной из них является ООН – самая крупная международная организация, основная деятельность которой – поддержание и укрепление международного мира и безопасности, а также развитие сотрудничества между государствами. ООН считается универсальным форумом, наделённым уникальной легитимностью, несущей конструкцией международной системы коллективной безопасности, главным элементом современной многосторонней дипломатии.[1]

Одним из направлений деятельности ООН, которое в последнее время стремительно развивается, – гуманитарная безопасность (Human Security), направленная на создание такого мира, где человек будет свободен от страха и нужды и будет иметь до-

стойную жизнь. Данное направление зародилось в 1994 году, когда в докладе Программы ООН по развитию (ПРООН) о человеческом потенциале «Новые аспекты гуманитарной безопасности» был введен термин «гуманитарная безопасность» [2, с 2]. Далее в марте 1999 года Канцелярия Генерального секретаря и правительство Японии учредили Целевой фонд ООН по гуманитарной безопасности (ЦФООНГБ) в качестве инструмента для системы Организации Объединенных Наций по усилению ее реагирования на многоаспектные и сложные вызовы. Так постепенно происходила институционализация данной инициативы и усиление ее влияния на ситуации в различных регионах мира.

Гуманитарная безопасность обладает определенной структурой, и ее роль и значение в международной и региональной политике неуклонно возрастают. Обеспечение гуманитарной безопасности опирается на пять фундаментальных принципов:

- ориентированность на людей;
- взаимодействие со многими организациями и частными лицами;
- всесторонний подход;
- ориентированность на предотвращение подобных ситуаций в будущем;
- адаптивность к конкретным условиям.

Эти пять принципов гармонично дополняют друг друга и не могут быть реализованы отдельно друг от друга. Важно подчеркнуть, что совместная работа в контексте гуманитарной безопасности предполагает применение синергетического подхода. Это предполагает признание сильных сторон каждого из участников процесса и их эффективное использование, когда различные организации объединяют свои сильные стороны для создания синергии, которая может обеспечить гораздо больший эффект в решении сегодняшних сложных и многоаспектных задач.

Типовая программа действий состоит из пяти этапов: проведение ситуационного анализа; сопоставление потребностей, уязвимостей и возможностей; разработка стратегии защиты и расширения прав и возможностей уязвимых групп; реализация программы

большим количеством участников; оценка влияния проделанной работы на гуманитарную безопасность. [3, с. 4]

На протяжении более двух десятилетий Многопартнерский трастовый фонд ООН по гуманитарной безопасности занимающийся данной программой, поддерживает местные инициативы, каждая из которых была реализована группой учреждений ООН и их партнерами в правительствах, гражданском обществе и, в некоторых случаях, в частном секторе. Взяв за основу многоуровневый подход, разные организации ООН сотрудничали с местными властями, выделяя и решая местные проблемы. Как было сказано ранее, силами одной организации невозможно проанализировать все аспекты проблемы, поэтому только совместными действиями можно найти способ решения комплексной проблемы. Соответственно, участниками скоординированной деятельности нередко выступают десятки организаций: от органов местного самоуправления до международных организаций. Данные инициативы, в основном, рассчитаны на помощь бедным слоям населения или тем, кто в силу отсутствия возможностей не может самостоятельно решить проблему. Помощь оказывается в более, чем 100 стран мира, что, по мнению автора, свидетельствует о высокой жизнеспособности данной модели комплексного решения проблем. Большинство из этих программ осуществлялось в нестабильных условиях, в общинах и с людьми, которым наилучшим образом можно помочь посредством скоординированного планирования, учитывающего «тройную взаимосвязь» гуманитарной помощи, миротворчества и долгосрочного развития.

Существует несколько способов поиска решения той или иной проблемы, но все они начинаются со сбора и анализа информации. Этот анализ, проводимый в том числе участниками гуманитарной и миротворческой деятельности, а также операторами проектов развития, обеспечивает основу для гармонизации подходов с общей целью снижения рисков и уязвимостей, а также повышения возможностей. Он состоит из следующих трех этапов:

1. Совместный анализ рисков и угроз на разных уровнях.
2. Совместный анализ воздействия рисков и угроз на людей и учреждения.

3. Определение потребностей, уязвимостей и возможностей.

В дополнение к описанию рисков и угроз важно понимать их многогранное и часто каскадное воздействие на людей и учреждения. Такой анализ помогает составить карту взаимосвязи последствий по всем аспектам гуманитарной безопасности, точно определяя области, в которых имеет место наиболее высокий стресс или неуверенность, которые могут препятствовать способности государства реагировать. Это позволяет сосредоточиться на самых важных проблемах, которые часто требуют совместного вклада нескольких участников. Проведение такого анализа будет способствовать эффективному сотрудничеству в определении приоритетов и роли, которую может сыграть каждый участник, исходя из его сравнительных преимуществ.

Данный подход был применен к решению проблемы коренных народов нгабе-бугле, половина которых каждый год покидает резервацию в западной Панаме в поисках работы на кофейных фермах, часто путешествуя семьями через границу в Коста-Рику в крайне уязвимых условиях. С 2013 по 2016 год в рамках программы, финансируемой Многопартнерским трастовым фондом ООН по гуманитарной безопасности, была разработана уникальная двусторонняя трансграничная инициатива по улучшению их положения. Она проводилась под руководством Международной организации по миграции (МОМ) и совместно с Фондом ООН в области народонаселения (ЮНФПА), Детским фондом ООН (ЮНИСЕФ) и ПРООН. Для помощи народам нгабе-бугле в Панаме в ходе оценки ситуации решающую роль сыграл совместный анализ рисков и угроз на разных уровнях, который они провели для определения диапазона угроз и их воздействия на народ. Целью было понять совокупное воздействие угроз на людей, общины, государство и учреждения. Для этого было нужно было оценить проявление этих угроз по всем аспектам гуманитарной безопасности и связанные с ними дальнейшие обстоятельства, а также обрисовать многогранные последствия, чтобы определить области, в которых люди и учреждения наиболее подвержены стрессу или опасности [4, с. 10–22].

Благодаря такому всестороннему подходу к обеспечению гуманитарной безопасности и уникальному сотрудничеству между органами здравоохранения Коста-Рики и Панамы, производителями кофе и вождями нгабе-бугле, МОМ стала содействовать программе Finca Sana, что помогло решить множество проблем этого народа в области здравоохранения. Этот проект основан на: государственно-частном партнерстве как эффективном и устойчивом способе укрепления здоровья и развития человеческого потенциала; децентрализации медицинских услуг как экономически эффективного способа расширения доступа к медицинской помощи; использовании традиционных целителей, которые играют большую роль в обеспечении культурной совместимости современной медицины и племенных особенностей; и распространении медицинских знаний и навыков в племенной среде. Кроме того, целенаправленное наращивание потенциала племенных лидеров способствует развитию социального капитала в нгабе-бугле.

Сотрудничество между странами и международными организациями по помощи народу нгабе-бугле не остановилось на достигнутом. Так, в рамках отдельного мероприятия и в рамках Сводного плана действий ООН по борьбе с птичьим и человеческим гриппом МОМ работает над повышением готовности к стихийным бедствиям и пандемиям в Центральной Америке, чтобы охватить население мигрантов в рамках пилотного проекта. Проект повысит осведомленность целевых групп мигрантов о гриппе и связанных с ним мерах профилактики; будет способствовать изменению соответствующего поведения; укрепит существующие национальные планы обеспечения готовности для удовлетворения потребностей групп мигрантов; и увеличит потенциал местных медицинских и социальных работников и других государственных должностных лиц, работающих с мигрантами, по выявлению гриппа и других инфекционных заболеваний, которые могут вызвать эпидемии среди мигрантов, и реагированию на их потребности в случае чрезвычайной ситуации. Община нгабе-бугле является одной из целевых групп этого проекта, и для

оценки состояния их здоровья будет создан медицинский пункт на пограничном пункте, через который нгабе-бугле въезжают в Коста-Рику из Панамы. Собранные информация будет иметь важное значение для специалистов по охране здоровья коренных народов на фермах, где работают нгабе-бугле во время сбора урожая кофе [5, с. 3–5].

Данный эпизод иллюстрирует модель международного регионального сотрудничества между странами и международными организациями в целях помощи и решения проблем определенных групп людей. Всесторонний подход и задействование местных, региональных и международных организаций помогли добиться больших результатов, чем смогло бы добиться отдельное государство.

Библиографический список

1. ООН, Wikipedia [Электронный ресурс] – URL <https://ru.wikipedia.org/wiki/UN> (дата обращения 19.03.2022).
2. United Nations Development Programme. Human Development Report Office. – United Nations, 2015 – С. 79.
3. A Thematic Guidance Note for Regional and National Human Development Report Teams. – United Nations, 2017 – С. 16.
4. Realizing the triple nexus: Experiences from implementing the human security approach. – United Nations, 2021 – С. 51.
5. IOM report. – International Organization for Migration, 2010 – С. 12.

Смирнова Анастасия Сергеевна – младший научный сотрудник научно-исследовательского отдела (военно-гуманитарных исследований); Военный университет Министерства обороны; Россия, Москва. E-mail: chas0609@mail.ru. Тел.: 89096217861.

*Даниил Евгеньевич Цимбалист,
Елизавета Руслановна Кухарь*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОСВЕЩЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПОВЕСТКИ В ВЕДУЩИХ НЕМЕЦКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена вопросу освещения политической повестки Германии на страницах немецких журналов и телеканалов, а также их интернет-ресурсов. Первостепенную роль в формировании общественного мнения играют средства массовой информации, особенно федеральные издания. Именно медиа формируют картину восприятия действительности. В качестве материалов для исследования данной проблематики нами были выбраны публикации немецких популярных журналов, в частности журналы «der Spiegel» и «Fokus», а также интернет-версии этих изданий. Соответственно, аналогичным способом были избраны телеканал «Welt», а также популярный интернет ресурс «Tagesschau.de».

Ключевые слова: средства массовой информации, ФРГ, политические издания, внутренняя политика, общественное мнение.

*Daniil E. Tsimbalist,
Elizaveta R. Kukhar*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

COVERAGE OF THE POLITICAL AGENDA IN THE LEADING GERMAN MEDIA

Abstract. This article focuses on the coverage of the German political agenda in of German magazines and television channels, as well as their Internet resources. A primary role in shaping public opinion is played by the media, especially federal publications. It is the media that form the picture of reality. We chose the publications of German popular magazines, in particular the

magazines «der Spiegel» and «Fokus», as well as the Internet versions of these publications, as materials for the study of these problems. Accordingly, the television channel «Welt» as well as the popular Internet resource «Tagesschau.de» were chosen in a similar way.

Keywords: mass media, Germany, political publications, domestic policy, public opinion.

Средства массовой информации на протяжении большого количества времени имеют монополию на осведомление населения информацией обо всём происходящем, что позволяет называть их «теневым управителем» общества. Своими публикациями, интервью и репортажами они способны влиять на мышление и поведение как отдельных личностей, так и целых сообществ, тем самым формируя общественное мнение. В современном мире чаще всего под словом «СМИ» подразумевают электронные ресурсы или же телеканалы, но тенденция влиять на индивидов с помощью формирования определённого информационного потока существовала и раньше, но в других формациях, в частности в виде радиопередач. В конце 30-х годов двадцатого века известные немецкие социологи Макс Хоркгеймер и Теодор Адорно, издавшие в США книгу «Диалектика просвещения», характеризовали радио и другие средства массовой информации как «инструмент одурачивания масс» [1]. Тем самым, радиопропаганда как инструмент формирования общественного мнения широко использовалась в годы Второй мировой войны Третьим рейхом. Не одной Германией заканчивается список политических режимов, главы и идеологи которых использовали средства массовой информации для формирования необходимого мышления и сознания граждан. В политической жизни большинства современных государств данный метод применяется и в наши дни.

Таким образом, СМИ следует разделять на государственные и негосударственные. Однако это не означает, что государственные средства массовой информации транслируют пропаганду не соответствующую реальности, а негосударственные предоставляют объективные данные. Каждому изучающему сводки следует с долей скептицизма относиться к любой информации, не подкре-

плённой официальными источниками. Соответственно, анализируя одну и ту же новость, но с разных источников, в том числе и различных СМИ, читающий будет иметь возможность выявить цельную и подлинную картину происходящего. Для предоставления такого рода возможности в ФРГ в 1949 году был издан закон о невмешательстве государства в работу СМИ, а также в формирование общественного мнения. В Германии существует целый ряд федеральных законов, обеспечивающих защиту свободы слова и плюрализм мнений в средствах массовой информации. За содержанием передач следят представители партий, религиозных объединений, профсоюзов, образовательных учреждений. В отличие от государственных телеканалов, власть не может непосредственно влиять на редакционную политику, поскольку не владеет их акциями и не назначает руководителей [2]. Многообразие независимых средств массовой информации обеспечивает тот необходимый плюрализм мнений, который является важным принципом демократического устройства общества.

С точки зрения депутата бундестага от Социал-демократической партии Германии Карстена Шнайдера, публичная презентация важных политических решений стала в современной Германии важнее, чем само их содержание. Поэтому, например, одновременно с разработкой какого-либо законопроекта стоит задуматься о возможности его «сбыта» на медийном рынке [1]. Мысль, показанная обществу под нужным политическому режиму углом, может в разы повысить шансы на победу в выборах того или иного кандидата, тем самым даже самая незначительная новость, преподнесённая авторитетным источником может повлиять на ход политической игры как внутри государства, так и на международной арене.

Политика и средства массовой информации в современном мире тесно связаны между собой. Таким образом, большая часть демонстрируемых частными и государственными СМИ информации является политической. Политик без значимой поддержки массмедиа имеет большие шансы выглядеть проигрышно на фоне своего оппонента, о котором часто упоминают различные

телеканалы или издания. Однако в такой современной ситуации заинтересованы не только сами политики, но и журналисты, так как политическая жизнь с каждым годом все больше и больше интересует простых обывателей, тем самым повышая обращения к различным СМИ. Мысль о том, что средства массовой информации формируют в целом политическую обстановку ошибочно, но, несмотря на это, массмедиа оказывают колоссальное влияние на формирование определённой политической повестки. Немецкий исследователь Х. Гирнт, например, определяет политика как «актёра, действующего на политической сцене» и апеллирующего к эмоциям своей публики [1].

В данный момент средства массовой информации в Германии представлены крайне вариативно, в виде большого количества газет и журналов, а также телеканалов. Один из самых популярных и одновременно издаваемых журналов это «Der Spiegel», «левый» еженедельник [3]. Журнал имеет символическое название, так как оно в переводе на русский язык означает «Зеркало». Тем самым, название иллюстрирует род деятельности журнала, а именно отражать реальную жизнь немецкого и международного политического общества. Как оппонент данному издательству представлен другой журнал с названием «Focus» [4]. Он считается по своему содержанию журналом либерально-консервативного направления, а ориентирован преимущественно на немецкий средний класс. Так как в современном мире бумажные носители информации становятся с каждым днём менее актуальными, Focus и Der Spiegel имеют свои Интернет-ресурсы.

Однако существует и полностью электронные издания, одно из самых популярных это «Tagesschau.de» [5]. Данный Интернет-ресурс освещает большую часть ныне актуальных тем, помимо политики и социальной жизни немецкого общества, в нём представлены расследования и репортажи на темы, о которых не принято говорить в государственных СМИ. Помимо Интернет-ресурсов в немецком обществе остаются популярными и телеканалы. Один из основных это телеканал «WELT», имевший ранее название «N24». Специализируется именно на новостях, поэтому

имеет сетку вещания, построенную таким образом, чтобы каждый человек при желании мог переключиться на данный телеканал и ознакомиться с актуальными новостями на данный час. Наиболее известным «жёлтым» бульварным изданием является «Bild».

«Der Spiegel» фокусируется на комплексном политическом, экономическом и социальном анализе, в то время как «Focus», помимо политических репортажей, также освещает повседневные темы из области семьи, здоровья, финансов и карьеры. Благодаря сравнительно более коротким текстам, большому количеству иллюстраций, убедительных изображений и списков ранжирования читатели получают информацию, которая может быть усвоена быстрее. Консультативная журналистика всегда была важным элементом «Фокуса». По его собственному утверждению, целевой группой журнала новостей являются люди, для которых характерно «активное информационное поведение и, в частности, их информативность в обществе, в политике и на работе».

Сравнительный анализ двух противопоставленных друг другу информационных источников указывает на то, что в новостной сводке «Фокуса» действительно фигурируют репортажи, освещающие события из повседневной жизни граждан, нежели в ленте его «оппонента», а также прослеживается тенденция использования экспрессивных речевых оборотов, риторических вопросов, восклицаний и эмоционально окрашенных предложений в качестве заголовков к статьям. В это же время, вкладки с новостями на Интернет-ресурсе журнала «Der Spiegel» из раздела «новости Германии» представляют собой различные актуальные политические повестки, дискуссионные подкасты, прилагаемые к этим повесткам, а также комментарии редакторов и экспертов.

Телеканал «WELT» также имеет свою интерактивную интернет-страницу с особой структурой подачи информации [6]. В новостной сводке новостной сайт предоставляет возможность фильтровать информацию по федеральной земле, области во внутренней обстановке в стране, например, вопросы энергетики,

социальных процессов, массовых мероприятий, экологии и т. д. Примечательно и то, сколько позиций в новостных строках занимают статьи о деятельности политических партий Германии, таких как «Зелёные», «Свободная демократическая партия» и других. Сводка новостей немецких изданий отличается отведением крупной ниши для освещения деяний, мнений, участия в международных процессах деятелей различных партий, тем самым преподносит её членов в определённом ключе, что, непосредственно, влияет на общее мнение о партии. Также в данном новостном источнике отдельную графу занимает серия подкастов «KickBoff Politik», имеющая дословный перевод «Стартовая политика». В этих выпусках эксперты WELT ведут дискуссии и дают справки по поводу актуальных политических событий как внутренней, так и внешней политики.

На сегодняшний день многообразие информационного поля, освещающего политическую обстановку внутри государства, в Германии велико и вариативно. Печатные и электронные издания обеспечивают объективное освещение фактов, прилагая комментарии и анализы экспертов собственных редакций для окраски определённого события, избегая издержек социальных сетей, которые, в свою очередь, часто служат платформой для высказывания односторонних и экстремистских взглядов на разные факты.

Библиографический список

1. Володина М. Н. О роли СМИ в процессе политической коммуникации (на материале немецких массмедиа) / М.Н. Володина // Политическая лингвистика. – 2010. – № 4 (34). – С. 9–12.
2. Deutschland.de [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.deutschland.de/en/media-in-germany> (дата обращения: 18.03.22.).
3. Der Spiegel [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/> (дата обращения: 18.03.22.).
4. Fokus [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.focus.de/politik/deutschland/> (дата обращения: 19.03.22.).
5. Tagesschau [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tagesschau.de/inland/> (дата обращения: 19.03.22.).

6. Welt [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.welt.de/politik/deutschland/> (дата обращения: 20.03.22.).

Цимбалист Даниил Евгеньевич – бакалавр, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: tsimdaniil@gmail.com. Тел.: +79215907204

Кухарь Елизавета Руслановна – бакалавр, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: semgaxx@gmail.com. Тел.: +79114528956

УДК 323.111

*Александр Самирович Шамилов,
Анастасия Геннадьевна Лагойко*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПРОТИВОСТОЯНИЕ В ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКЕ ФИНЛЯНДИИ С КОНЦА XIX В. ДО НАШИХ ДНЕЙ

Аннотация. Настоящая статья посвящена политическому противостоянию в языковом вопросе Финляндии, где государственными языками сейчас являются финский и шведский. Шведское господство не прошло бесследно и дела давно минувших дней влияют и на современный политический климат. Языковая проблема в данном случае встает особенно остро, ведь жизненно необходимо, чтобы в государстве все понимали язык руководства. Помимо чисто коммуникативной сферы язык неразрывно связан с культурой, поэтому языковая политика также влияет и на культуру. Естественно, такие вопросы приобретают политический оттенок. Каждая партия имеет свой взгляд на эту проблему и в ходе развития финского гражданского общества политики предпринимали различные действия, чтобы разрешить эту ситуацию.

Ключевые слова: Финляндия, финский язык, шведский язык, языковая политика, политическая история.

*Aleksandr S. Shamilov,
Anastasia G. Lagoyko*

Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

LANGUAGE POLICY DEBATES IN FINLAND FROM THE LATE NINETEENTH CENTURY TO THE PRESENT

Abstract. The article reveals the political confrontation in the language issue in Finland where both Finnish and Swedish are official languages. Swedish dominance has not passed without a trace, and the affairs of bygone days influence the modern political climate. The language problem in this case is especially acute. In addition to the purely communicative sphere, language is inextricably linked with culture, so language policy also affects culture. Naturally, such questions acquire a political connotation. Each party has its own view on this problem and during the development of Finnish civil society, politicians have taken various actions to resolve this situation.

Keywords: Finland, Finnish language, Swedish language, language policy, political history.

Территории современной Финляндии были завоеваны Швецией в средние века. Шведы колонизировали прибрежные районы, в то время как финны предпочитали селиться в глубине страны. Зависимость от Швеции и шведская по происхождению элита общества стали причиной активной политики «шведизации» территорий, что выражалось в шведской культурной гегемонии. В 1640 г. в Турку был основан университет – Академия Або, но преподавание велось на шведском и латинском языках [1, с. 22]. Финский мог оказаться на грани исчезновения, он оставался языком сельской глуши, на нем не издавалась научная или художественная литература, хотя на него переводили религиозные тексты. Однако шведское господство закончилось в результате русско-шведской войны 1808–1809.

Цель настоящей статьи – проследить историческое противостояние политических сил в вопросе национального двуязычия Финляндии. Для достижения данной цели поставлены следующие

задачи: изучить историческое и современное положение шведско-го и финского языков; осветить инициативы политических партий в вопросе присутствия языков в финском обществе.

Датой начала политической истории Финляндии по праву можно считать 1809 год. В марте этого года начался Боргский сейм. Накануне был подписан манифест о государственном устройстве Финляндии. На сейме был утверждён особый статус Финляндии в Российской империи с сохранением собственных аппаратов управления [2, с. 29–32]. В 1816 году начал действовать дуальный аппарат управления русского генерал-губернатора и финского сената. Находясь в автономном положении, Финляндия получила предпосылки для собственной государственности. Такой перспективы не было бы, оставаясь Финляндия в качестве шведского региона.

Однако, в Финляндии всё ещё оставалось много дворян шведского происхождения и весь административный аппарат действовал именно на шведском языке. Остро встал языковой вопрос, с которым и пытались разобраться первые финские политические партии. Изначально русская администрация полагалась на то, что начнётся повальное изучение русского языка. Однако, стало очевидно, что добиться этого невозможно. В данной ситуации метрополия в лице Российской Империи поощряла умеренное распространение финского языка и т. н. фенноманию – финское движение за признание финского языка и культуры [2 с. 81]. Важно было донести до финнов, что в составе Российской империи они могут быть самостоятельными и финский может стать государственным языком наравне со шведским [2 с. 40–41]. Связи с враждебной для России Швецией ослабевали, однако оставались и шведоманы или «свекоманы». В основном это были представители старого шведского дворянства, интеллигенции и горожане шведского происхождения. В 1863-м году на сейме, созванном Александром II был принят «языковой манифест», который в течении 20 лет должен был постепенно вводиться в структуры управления и образования [2, с. 81]. Это консолидировало остатки шведского дворянства и в 1860-х возникает движение шведоманов за сохранение статуса шведского языка.

Первым организованным политическим объединением в Финляндии стал Либеральный клуб. Начал он свою деятельность в 1877 году, а в 1880 преобразован в полноценную политическую партию. Его глава – Лео Мехелин был крупным политиком, под руководством которого объединялись либералы Финляндии. Но какую роль либерализм играет в языковом вопросе? Дело в том, что либеральная партия первая сформировала политическую позицию по этому поводу, которая была утверждена в их основной программе 1880-го года. Помимо классических для либеральных программ тезисов об усовершенствовании государственного аппарата, свободе печати и развитии демократии были затронуты и проблемы языка. Либералы в данном случае желали вести компромиссную политику, заявляя о необходимости создавать финноязычные школы, но не в ущерб уже действующим шведоязычным заведениям [3]. Такой компромисс не устраивал ни шведоманов, ни фенноманов. В конечном счёте в 1885-м году либеральная партия распалась. Бывшие члены этой партии в зависимости от большей симпатии к одной из двух сторон в языковом вопросе уходили либо в шведскую партию, либо в финскую.

Предпосылки же фенномании сложились ещё во времена шведского владычества в XVIII веке. Активные фенноманы начали вести свою политическую деятельность в 1860-х, однако вплоть до 1879 года не было какого-либо политического объединения и фенноманское общество было довольно аморфным. Однако, это не значит, что оно не действовало, напротив, фенноманы смогли добиться впечатляющих результатов. В 1875-м году появляется Общество народного просвещения, которое открыло свои филиалы во многих городах Финляндии и просвещало по вопросам финского языка и культуры. Академическая среда также стала переходить на финский язык, открывались финские гимназии и кафедры в университете Хельсинки [2, с. 81].

Наконец, в 1879 году была образована Финская партия, которая смогла объединить фенноманов в политическую силу. Идеологически эта партия была антиподом либеральных шведов, разделяя консервативные и промонархические идеи. В первую очередь эта

партия боролась за признание финского языка на государственном уровне и занималась просветительской деятельностью. Партия создала финские общества по всей стране. К 1912 году насчитывалось порядка тысячи обществ [2, с.81].

В 1900 году вышел новый языковой манифест, который уравнивал в административном отношении шведский и русский язык [4]. В 1902-м году вышло дополнение к манифесту, уравнивающее финский с остальными двумя языками [5]. Финноманы смогли добиться признания своего языка. Он стал проникать во все сферы жизни общества Великого Княжества. Теперь в роли притеснённых оказалось шведское меньшинство, которое опасалось, что их язык на этой территории исчезнет.

Что же касается шведской партии, то формально она была образована в 1886-м году на первом съезде в пожарной части в Хельсинки [6, с. 18]. До этого момента шведоманы не были объединены в одну партию и занималась публицистической деятельностью. В 1906 году с образованием финского парламента партия была преобразована в Шведскую народную партию, которая действует и по сей день. Смена названия обусловлена противопоставлением себя консервативной финской партии, да и к тому же она отстаивала интересы всех финских шведов на территории тогда ещё княжества.

Идеологически — партия была либеральной. Позже эта партия войдёт в состав либерального интернационала, хотя на данный момент идеология остаётся чистой формальностью, партия в основном примыкает к коалиции левых сил (СДП, Союз левых сил). С началом «русификации» Финляндии языковой вопрос перестал быть главным в политической повестке, и Шведская народная партия вскоре присоединилась к «младофиннам» в качестве «конституционной оппозиции». С появлением в стране парламента в 1906 году шведы заняли на первых выборах в 1907 году небольшое число мест — всего 24 места из 200 в парламенте [7 с. 17]. В принципе, это было ожидаемо, т. к. программа партии заостряла внимание на языковом вопросе, в то время как социальным проблемам было уделено меньше внимания. Что же было в этой программе? Учре-

дительное собрание партии 20–21 мая 1906 года приняла программу партии, некоторые элементы которой уже реализованы в наши дни. 1) Право гражданина обращаться в суд или иной государственный орган на своём родном языке — финском или шведском. Получать из этих органов документы также на языке обращающегося. 2) Государственный служащий по причине, указанной выше, должен владеть обоими языками. 3) Высшее образование для шведоязычных студентов должно оставаться таковым. 4) Частным шведским заведениям должна быть оказана помощь государства. 5) Преподаватели в университетах также должны знать шведский язык [8]. В общем-то, все требования первой программы (кроме пятого пункта) в наши дни выполняются, так что, даже несмотря на скромное количество мест в парламенте шведской народной партии — с 24 мест партия постепенно опускалась до стабильных 9 мест в парламенте в конце 2010 — в Финляндии шведский язык сохраняется в качестве государственного.

Целесообразно ли этот билингвизм сохранять в принципе? Количество шведоговорящего населения в стране с 12,9% в 1900 году упало до 5,3 % в 2015-м [9], это также можно заметить по уменьшению количества голосовавших за шведскую партию за всё её время существования. Выходит так, что помимо шведской партии за сохранение билингвизма выступает кто-то ещё. Шведский язык так и остался государственным даже когда Финляндия обрела независимость. В 1919 году в республике принята новая форма правления (аналог конституции — основной закон страны), устанавливающая, что шведский язык является также государственным наравне с финским. В первой половине XX века языковой вопрос на время был отложен, ведь были куда более насущные проблемы. К нему вернулись в конце 1960 годов.

В 1967 году правительственный кабинет премьер-министра Рафаэля Паасио (председатель Социал-демократической партии) выступает в парламенте с инициативой введения двух обязательных языков, второй который должен быть «вторым родным» (т. е. шведский) в школах [10]. Это предложение входит в состав общей школьной реформы, призванной унифицировать образователь-

ную систему, т. к. образование долго время оставалось без реформ, а число школ росло. В парламенте эту идею поддержали социал-демократы (СДП), представители финского центра (Suomen Keskusta) и финская народно-демократическая лига (Suomen Kansan Demokraattinen Liitto). В оппозицию ушли правые. В 1968-м году парламент принял эту реформу, а в 1970-м в финских школах вводится обязательный курс 3-х годичного шведского языка, начиная с 7-го класса.

Таким образом, правительство социал-демократов в конце 60-х ввело так называемый «принудительный шведский», который изучается в финских школах и по сей день. Как и полагается социал-демократам, этот предмет был введён с целью недопущения дискриминации и в целях сохранения культуры меньшинства [11, с. 8–10]. Апологеты принудительного шведского также считают, что этот язык должен оставаться обязательным в школе, т. к. Швеция исторически неразрывно связана с Финляндией и это неотъемлемая часть финского культурной среды [12 с. 237]. Позиции культурной необходимости отстаивают в основном представители политического центра, например, таковым являлся министр образования Йоханнес Виролайнен. Во время принятия реформы он был министром образования и владел и шведским, и финским [10].

Однако не все согласны с данными аргументами. До сих пор идут ожесточённые споры по поводу обязательного шведского. На почве данного вопроса возникают общественные движения за отмену принудительного шведского. Иначе говоря, речь идёт лишь о реформировании языковой политики в системе образования, шведский язык в школах должен стать факультативным предметом. Данные движения не собираются искоренять шведский язык в Финляндии как таковой, или отменить его официальный статус.

Такую позицию по данному вопросу занимает парламентская партия «Истинные финны» — правая политическая партия, отстаивающая финский национализм и консерватизм.

На непопулярность данной языковой политики указывает статистика. С 1990 по 2003 количество финнов, желающих видеть шведский язык в школах в качестве факультативного предмета,

колебалось в районе 60–70% [13]. 62% финнов отказались бы от обязательного шведского в пользу другого предмета [14]. Также удручает и уровень знаний шведского языка по итогу, лишь 40% школьников сдаёт вступительный экзамен по шведскому на уровень В1 и выше [15].

В 2015 году прошло голосование в финском парламенте в связи с гражданской инициативой, поданной в 2013 году по поводу изменения статуса изучаемого «второго родного» языка с обязательного на добровольный. Итог: 134 голоса были против этой инициативы и только 48 за (а это все представители правой партии «Истинные финны» и несколько членов Центра, СДП, Союза Левых, Зеленых.) [16].

Тем не менее, парламентом был принят один пункт в данной инициативе, в которой обсуждалась возможность замены обязательного шведского в некоторых регионах на другой язык, например, на русский на востоке страны [16]. В 2017 году было заявлено о готовности провести эксперимент с заменой шведского языка в некоторых регионах, однако до сих пор этот эксперимент не был проведён.

Таким образом, можно сделать вывод, что социал-демократическое правительство в конце 1960-х усугубило непростую языковую ситуацию. Несмотря на гражданские инициативы и общий уровень недовольства, современные финские политики не спешат решать эту проблему. Сам шведский язык в отрыве от образовательной системы останется в Финляндии ещё очень надолго, ведь, действительно, Швеция оказала огромное влияние на этот регион и это влияние не останется бесследным.

Библиографический список

1. Братчикова Н. С. Языковая политика и языковая ситуация Финляндии конца XVII – начала XVIII века / Н. С. Братчикова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2014. – № 5(691). – С. 19–29.
2. Невакиви Юкка, Хентилия Сеппо, Юссила Осмо. Политическая история Финляндии 1809-2009. – Изд. «Весь мир», Москва 2010. – 472 с.

3. Liberaalisen puolueen ohjelma. – Pohtiva – Poliittisten ohjelmien tietovaranto – URL: <https://www.fsd.tuni.fi/pohtiva/ohjelmalistat/LP/315> (дата обращения 21.03.2022).

4. Kielimanifesti 1900 – URL: <https://agricolaverkko.fi/vintti/julkaisut/historiakone/dokumentti.php?id=897> (дата обращения 21.03.2022).

5. Kieliasetus 1902 – URL: <https://agricolaverkko.fi/vintti/julkaisut/historiakone/dokumentti.php?id=930> (дата обращения 21.03.2022).

6. **Vattulainen S.** Eino Leinon politiikan puolustuspuhe innovatiivinen politiikkakäsitteistö Leinon kirjoituksissa vuosina 1905-1908 // Магистерская диссертация. – 1998. – 90 s. – URL: <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/12568> (дата обращения 19.03.2022).

7. Eduskuntavaalit vuosina 1907 ja 1908. Suomen virallinen tilasto XXIX. Vaalitulasto 1. Helsinki, 1909. – 126 s. – URL: https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/67212/evaal_1907_1908.pdf?sequence=1 (дата обращения 18.03.2022).

8. Ruotsalaisen kansanpuolueen ohjelma – Pohtiva – Poliittisten ohjelmien tietovaranto – URL: https://www.fsd.tuni.fi/pohtiva/ohjelmalistat/SFP/550?start_year=1880&end_year=1910&type2=yleisohjelma&type1=vaaliohjelma&type5=tavoiteohjelma&party1=PARLIMENTARY&party=SDP&party=KOK&party=PS&party=KESK&party=VIHR&party=VAS&party=SRP&party=KD&party=LIIK&party=VKK&party2=OTHER_REGISTERED&party=LPVV&party=PIR&party=EOP&party=KP&party=FP&party=IP&party=SIN&party=SKE&party=STL&party=AP&party=SKP&party=KRI&language1=FI&language2=SV&stext=Suomen+ruotsalainen+kansanpuolue (дата обращения 18.03.2022).

9. Statistics Finland. Population structure. – URL: https://web.archive.org/web/20161013132323/http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto_en.html (дата обращения 17.03.2022).

10. Peruskoulun puitelaki hyväksytään 1968 – URL: <https://www.eduskunta.fi/FI/naineduskuntatoimii/kirjasto/aineistot/yhteiskunta/historia/eduskunta-tekee-paatoksen-peruskoulusta/Sivut/peruskoulun-puitelaki-hyvaksytaan.aspx> (дата обращения 17.03.2022).

11. **Konttinen S.** Puolueet, pedagogiikka ja pakkoruotsi Historiallinen analyysi toisen kotimaisen kielen opiskelun varhentamisprosessista vuoden 2012 tuntijakopäätöksessä // Магистерская диссертация. – 2020. – 92 s. – URL: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/324163/Konttinen_Suvi_tutkielma_2020.pdf?sequence=2&isAllowed=y (дата обращения 15.03.2022).

12. **Sajavaara K.** Kielivalinnat ja kielten opiskelu. Teoksessa R. Alanen, H. Dufva & K. Mäntylä (toim.) Kielen päällä. Näkökulmia kieleen ja

kielenkäyttöön. Jyväskylän yliopisto: Soveltavan kielentutkimuksen keskus. – 223–254.

13. Pakkoruotsi // Архив статистики – URL: <https://web.archive.org/web/20080211134411/http://onet.tehonetti.fi/suomalaisuudenliitto/onet/vanhatsivut/ruotsi.htm> (дата обращения 14.03.2022).

14. Nissinen K. Tutkimus: Kaksikielisyydelle kyllä, pakkoruotsille ei / Yle uutiset – URL: <https://yle.fi/uutiset/3-7702930> (дата обращения 14.03.2022).

15. **Juurakko-Paavola T., Åberg A-M.** Ruotsi osana kaikkia korkeakoulututkintoja. – URL: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/57574/1/Juurakko-Paavola.pdf> (дата обращения 14.03.2022).

16. Ruotsi säilyy pakollisena – Itä-Suomeen mahdollisuus kielikokeiluun? / Yle uutiset – URL: <https://yle.fi/uutiset/3-7850273> (дата обращения 14.03.2022).

Шамилов Александр Самирович – студент 1 курса, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: shamilov.as@edu.spbstu.ru. Тел.: +79675354616.

Лагойко Анастасия Геннадьевна – ассистент, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: lagojko_ag@spbstu.ru. Тел.: +79111513954.

УДК 342.922

Ислам Икромжонович Шамсиев
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВЫЕ И ВНУТРИГОСУДАРСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ ЛИШЕНИЯ ГРАЖДАНСТВА

Аннотация. В данной статье рассматривается международно-правовая тенденция государств участников Совета Европы и ОБСЕ по вопросу лишения гражданства. Автор рассматривает документы как международного публичного права, так и европейского права по данному вопросу, а также

и законодательную базу иностранных государств и исследует правоприменительную практику в России и за рубежом. Кроме того, анализируется опыт Советского Союза в решении данного вопроса и разграничение понятий лишение гражданства и отмена решения о приёме в гражданство в российском законодательстве. Автор предлагает свое решение из сложившейся правовой коллизии, связанной с лишением гражданства.

Ключевые слова: лишение гражданства, утрата гражданства, правовая связь физического лица с государством.

Islam I. Shamsiev
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

INTERNATIONAL-LEGAL AND DOMESTIC ASPECTS OF DEPRIVATION OF CITIZENSHIP

Abstract. The international legal trend of the member states of the Council of Europe and the OSCE on the issue of deprivation of citizenship are examined. The author considers documents of international public law, European law, legislative framework of foreign states and explores law enforcement practice in Russia and abroad. In addition, the experience of the Soviet Union and the distinction between the concepts of deprivation of citizenship and the abolition of a decision on admission to citizenship in Russian legislation are analyzed. The author offers his own solution from the current legal conflict, which associate with the deprivation of citizenship.

Keywords: deprivation of citizenship, loss of citizenship, legal connection of a person with the state.

В современном мире существует ряд проблем, направленных на подрыв мирового и общественного правопорядка. Реакцией на данное угрожающее общественной безопасности явление помимо привлечения к уголовной ответственности по отношению к лицам, совершивших тяжкие и особо тяжкие преступления, является такой институт как лишение гражданства, которые вводят государственные органы в национальные законодательства. Целями данного нововведения являются, с одной стороны, лишение тех прав и свобод, которые предусмотрены только граж-

данам, с другой стороны, дистанцирование государств от людей, представляющих общественную опасность [1, с. 95]. В этой связи возникают ряд вопросов. Резонно ли государству лишать физических лиц гражданства? Какими будут последствия как для государства, так и для физических лиц утрата между ними политико-правовой связи?

В российской правовой системе понятия «гражданство» и «лишение гражданства» было впервые введено после Октябрьской Социалистической Революции. Вопросы, связанные с лишением гражданства регулировались такими нормативными правовыми актами советской власти как Декрет СНК РСФСР «О лишении прав гражданства некоторых категорий лиц, находящихся за границей» (28.10.1921), «Положение о гражданстве Союза ССР», (22.04.1931), Закон СССР «О гражданстве СССР» (19.08.1938), Закон СССР «О гражданстве СССР» (01.12.1978) [3, с. 735]. Анализируя вышеперечисленные документы, можно сделать вывод, что лишались гражданства лица, деятельность которых воспринималась как угроза социалистическому правопорядку и посягательство на основы советского государственного строя [2, с. 65]. Таким образом, лишение гражданства Советского Союза, с одной стороны, было проявлением общественного порицания за неправомерное поведение лица, направленное против интересов и порочащее честь и достоинство социалистического общества, с другой стороны, как мера наказания к правонарушителям.

Надо сказать, что основополагающие акты международного публичного права такие как Международный пакт о гражданских и политических правах (1966г.), Конвенция о сокращении безгражданства (1961г.), Европейская конвенция о гражданстве (1997 г.) не предусматривают императивного прямого запрета государствам-участникам данных международных соглашений лишать гражданства физических лиц по инициативе государства [6, с. 35]. Европейская Конвенция о гражданстве, так или иначе, допускает лишение гражданства по инициативе государства в следующих случаях. Во-первых, если лицо не теряет гражданства другого государства в связи его приобретением. Данное положение напрямую

следует из Конвенции о сокращении безгражданства. Во-вторых, утрата гражданства возможна в случае предоставления заведомо ложных документов в процессе приобретения гражданства. Кроме того, Европейская Конвенция о гражданстве предусматривает утрату гражданства, в случае добровольной службы в вооруженных силах иностранного государства. Данное условие вытекает из того факта, что государства предоставляют в упрощенном порядке гражданство для иностранцев, которые проходят службу в вооруженных силах добровольно, тем самым демонстрируя обществу непосредственную защиту данного государства, что порождает определённые связи данного лица с этим государством, которые выражаются в предоставлении гражданства. В-третьих, данная тенденция наблюдается после падения социалистического блока как ответ на глобальную проблему человечества в XXI веке — это лишение гражданства для лиц, чья деятельность наносит ущерб не только основам государственного строя, но и мировой безопасности. В этом случае лишение гражданства является дополнительной санкцией, наряду с привлечением лица к уголовной ответственности за преступления, направленные против национального общественного правопорядка. Так государство дистанцируется от данных лиц, демонстрируя обществу разрыв особых с ними отношений.

Кроме того, угроза мировой безопасности как вызов современному человечеству вызвала изменения в законодательствах современных государств по вопросу лишения гражданства. Например, поправки к закону Азербайджанской Республики "О гражданстве", вводят лишение гражданства за преступления, направленные против государственной власти и общественной безопасности и за участие в различных видах вооруженных конфликтах за рубежом [3, с.61]. Лишение гражданства также введено в статье 40 Уголовного кодекса Республики Казахстан, где содержится виды уголовных санкций. [2, с. 65]. Лишение гражданства также предусмотрено статьей 40 Закона "О британском гражданстве" при условии, что лицо наносит существенный ущерб жизненным интересам Великобритании и при этом сохраняет гражданство иностранно-

го государства [4, с. 75]. Статья 16 Основного Закона ФРГ также предусматривает утрату гражданства только в том случае, если лицо не станет апатридом [4, с. 76]. Закон "О болгарском гражданстве" от 20.02.1999 г. (статья 22) и Закон "О гражданстве Нидерландов" (статья 14) предусматривают отмену решения о принятии в гражданство в случае выявления ложных фактов и документов, которые были основанием для вступления в гражданство [1, с. 95]. Таким образом, проведя анализ национальных законодательств зарубежных стран, можно сделать вывод, отдельные положения основополагающих документов по вопросам утраты гражданства имплементировались в правовые системы стран-участниц Совета Европы и ОБСЕ.

Современное российское законодательство закрепило императивный запрет на лишение гражданства. Данное положение закреплено в части 3 статьи 6 Конституции Российской Федерации. Но при этом в Федеральном законе «О гражданстве Российской Федерации» от 31 мая 2002 года глава IV регулирует отношения, связанные с отменой решений по принятию гражданства Российской Федерации [6, с. 72]. В 2017 году Государственная Дума Российской Федерации приняла Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон "О гражданстве Российской Федерации"». Согласно данному закону к основаниям для отмены о натурализации гражданства помимо предоставления ложных документов также относится и совершение преступлений, объектом которых являются общественная безопасность и общественный порядок, мир и безопасность человечества, основы конституционного строя и безопасность государства, государственная и муниципальная служба. В данном случае на принятие изменений в законодательство о гражданстве повлияли международные правовые тенденции, отразившиеся в различных международных документах и в законодательных актах современных стран [5, с. 737].

В то же время необходимо акцентировать внимание на разделение понятий лишение гражданства и признания решения о принятии в гражданство недействительным [3, с. 63]. Основания

возникновения гражданства порождает разные правовые последствия, потому что лица, получившие гражданство путем филиации, лишиться его не могут, но при этом лица, получившие гражданство путем натурализации, в любой момент могут утратить свою правовую связь с государством. По данным от Министерства Внутренних России дел с начала коронавирусной инфекции по настоящее время в Российской Федерации 280 человек утратили свое гражданство по инициативе уполномоченных органов [3, с. 64].

Таким образом, на основании правового анализа, можно прийти к следующим выводам: источники международного права запрещают именно произвольное лишение гражданства у физических лиц, что не отменяет лишение гражданства по основаниям в соответствии с национальными законодательствами; законы зарубежных стран о гражданстве предусматривают, с одной стороны, отмену ранее принятого решения о гражданстве по предоставлению ложных сведений и фактов, с другой стороны, введение лишения гражданства является реакцией на угрозу мировой общественной безопасности с целью прекратить правовые связи государства с лицом, совершившим тяжкое и особо тяжкое преступление и лишить ряд прав и свобод, которые предусмотрены ему только как гражданину. Лишение гражданства в иностранных государствах, так и отмена решения о принятии гражданства в Российской Федерации имеют негативные юридические последствия в виде разрыва правовых связей государства с человеком и вступают в противоречие с принципом единства и равенства независимо от оснований приобретения гражданства, поскольку утрата гражданства возможна только для лиц, получивших его путем натурализации. Лишение гражданства является не только европейской, но и общемировой тенденцией по борьбе с преступностью. Однако можно сделать вывод о том, что для борьбы с международной преступностью учреждение института лишения гражданства недостаточно и необходимы более эффективные методы для совместного достижения целей и задач по укреплению международного правопорядка.

Библиографический список

1. Никифорова Е. А. Институт лишения гражданства для лиц, несущих серьезную угрозу жизненно важным интересам государства: актуализация вопроса в современных условиях // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. — 2015. — № 20. — С. 90–99.
 2. Тлембаева Ж. У., Ахмеджанов Ф. Р. Лишение гражданства: некоторые вопросы законодательного регулирования и реализации // Вестник института законодательства Республики Казахстан. — 2018. — № 3(52). — С. 63–69.
 3. Пронякина С. Ю. Лишение гражданства как особое основание прекращения правовой связи с государством // Юридические исследования. — 2021. — № 10. — С. 59–69.
 4. Арзамасцев М. В. Допустимость лишения гражданства и экстрадиции полипатрида, совершившего преступление // Вестник Санкт-Петербургского Университета. Право. — 2016. — № 3. — С. 14–27.
 5. Милованов Н. М. Лишение гражданства: опыт России и зарубежных стран // Аллея науки. — 2018. — № 3. — С. 733–743.
 6. Тарасенко В. А. Отмена решения о приобретении гражданства в связи с совершением преступления // Актуальные вопросы публичного права (г. Екатеринбург, 01–02 ноября 2018). Екатеринбург, — 2018. — С. 71–76.
- Шамсиев Ислам Икромжонович** — бакалавр, Высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы, Гуманитарный Институт, Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: islamshamsiev@list.ru.

*Арсений Сергеевич Юр,
Асия Икрям*

Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ЕС И КНР НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Аннотация. Статья посвящена анализу сотрудничества Европейского союза и Китайской Народной республики на современном этапе. За последнее десятилетие произошло существенное укрепление китайско-европейских отношений, Китай стал главным торговым партнером Европы. Однако, несмотря на это, во взаимоотношениях двух сторон также существует тенденция на ухудшение отношений по ряду причин: чрезмерное экономическое влияние Китая в Европе, взаимные санкции сторон, укрепление российско-китайских отношений. В статье также изучаются возможные перспективы сотрудничества КНР и ЕС в условиях неопределённости и противоречивости международной обстановки, что, в свою очередь, все же дает надежду на перспективное развитие отношений в различных сферах деятельности.

Ключевые слова: Европейский союз, Китай, сотрудничество, отношения.

Arseniy S. Yur, Assiya Ikryam
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

EU-CHINA RELATIONS AT THE PRESENT STAGE

Abstract. The article is devoted to the analysis of cooperation between the European Union and the People's Republic of China at the present stage. Over the last decade, China-European relations have strengthened considerably, and China has become Europe's main trading partner. However, despite this, the relationship between the two parties also tends to deteriorate for a number of reasons: China's excessive economic influence in Europe, mutual sanctions by the parties and the strengthening of Russia-China relations. The article also

explores possible prospects for cooperation between China and the EU in the context of an uncertain and contradictory international environment, which, in turn, gives hope for the promising development of relations in various fields of activity.

Keywords: European Union, China, cooperation, relations.

Тема взаимоотношения Европейского союза (ЕС) с Китаем нашла широкое освещение в научной литературе. В ситуации, когда весь мир вступил в ситуацию нестабильности, а в сотрудничестве одних из главных игроков на международной арене (ЕС и КНР) наблюдается неопределённость, отношения между Евросоюзом и Китаем приковывают к себе внимание.

Официальные дипломатические отношения между двумя сторонами были установлены во второй половине XX в., в 1975 г. А уже спустя 10 лет было разработано Соглашение о торговле и сотрудничестве, что можно считать основой их отношений. Постепенное наращивание экономической мощи Китаем побудило страны ЕС начать выстраивание долгосрочных отношений. В 2009–2010 гг. между двумя сторонами велись «Секторальные диалоги» по энергетике, здравоохранению, сельскому хозяйству. Кроме того, до конца 2020 г. осуществлялась «Стратегическая повестка дня сотрудничества Китай-ЕС», которая имела успех. В целом, за последнее десятилетие активно прослеживалась тенденция на рост экономической активности Китая в Европе, которая является важным партнером ввиду статуса второй экономики в мире, одного из крупнейших рынков сбыта продукции. КНР за последние годы стал одним из самых важных партнеров ЕС. К примеру, инвестиции КНР в Европу в период с 2010 г. по 2016 г. выросли почти в 22 раза, с 1,6 млрд евро до 35 млрд [1]. Уже в 2018 г. товарооборот между двумя сторонами достиг 682 миллиарда долларов.

Однако, проанализировав сотрудничество ЕС и Китая за последнее десятилетие, необходимо отметить, что их отношения пережили немало кризисов и угроз, и тенденция развития их отношений не внушает оптимизма. Экспорт из стран Европы в Китай до сих пор остается весьма скромным. Компании, находящи-

еся в Европе, выражают недовольство ограниченным доступом на китайский рынок [2]. Многие секторы экономики Китая попросту были закрыты для иностранных компаний и инвестиций [3, с. 10].

Еще одна проблема заключается в том, что Европейский союз крайне обеспокоен экономическим влиянием Китая в Европе. В 2015 г. была начата программа «Сделано в Китае 2025 года», которая, фактически, означала вливание инвестиций в европейские техно-компании, что грозило ЕС их выдавливанием из главных и основных технологических отраслей. Данная стратегия поделила страны Европейского союза на два лагеря: Франция, Германия и Италия выступала за строгий контроль китайских инвестиций [4, с. 31] в стратегически важных секторах, в то время как северные страны и Греция выступили против такой политики ЕС.

Помимо данной тенденции, наращивание отношений Китая и ЕС превратилась в проблему, угрожающую единству стран союза. Внешняя политика ЕС во многом зависит от одобрения входящих в него стран, которые придерживаются разных оценок сложившихся ситуаций. В 2017 г. ЕС на Совете по правам человека высказал радикальную позицию по Китаю. Бедные государства Европы, находясь в экономической зависимости от КНР, не поддержали данное заявление Евросоюза.

В 2020 г. отношения ЕС и Китая обострились в большей степени. Евросоюз присоединился к санкциям США против Китая, которые хоть и носили символический характер, тем не менее, нанесли ущерб сотрудничеству двух сторон. Более того, в этом же году, ввиду пандемии, Европейский союз вновь вернулся к вопросу о том, насколько опасна зависимость европейских стран от Китая, примером для чего послужили поставки медицинского оборудования. Накал отношений произошел и на политической арене на фоне подавления Пекином протестов в Гонконге.

Усугубление отношений ЕС и Китая продолжают по сей день, в связи с укреплением сотрудничества Китая и России, которое становится все более важным вопросом политики Евросоюза, ведь взаимоотношения Москвы и Пекина будут серьезно

влиять на интересы ЕС в экономике и безопасности. Кроме того, в последние годы государства Европы – члены НАТО видят район Южно-китайского моря как сферу своих интересов в безопасности. В этом вопросе особую роль играют США, которые стараются подключить к сдерживанию Китая европейских союзников, что для последних является способом обозначить возрождение своей глобальной роли на мировой арене.

Каковы же перспективы отношений ЕС и КНР? Как отмечалось, укрепление китайско-российских оказывает большое влияние на развитие диалога КНР-ЕС. Обострившиеся в настоящее время противоречия в сфере безопасности вынуждают Европу оказывать давление на политику Китая в отношении России. СМИ отмечают, что ЕС намерен пригрозить Китаю «серьезными последствиями» за сотрудничество с РФ [5]. Несмотря на это, справедливо будет отметить, что Китай занимает нейтральную позицию в текущем кризисе в сфере безопасности, призывая к дипломатии, говоря о недопустимости более широкого конфликта.

Хотя Пекин стремится сохранить отношения с Москвой, он также старается поддерживать отношения с Европейским союзом. Несмотря на отмеченные проблемы и угрозы отношений Европы и Китая, министр коммерции КНР Ван Вэнтъяо заявил, что Китай и ЕС – партнеры, а не враги. По его словам, обе стороны являются силами, которые обладают общими интересами и являются важными стратегическими партнерами, чье сотрудничество является взаимовыгодным. Ван Вэнтъяо также отметил, что Пекин готов тесно сотрудничать с Европой, стороны могут укрепить сотрудничество в рамках Большой двадцатки, ООН и ВТО.

В целом, несмотря на все кризисы китайско-европейских отношений, Китай и Евросоюз остаются друг для друга важными партнерами. В связи с новостью о том, что КНР и ЕС готовятся к встрече, которая запланирована на апрель 2022 г. и, как ожидается, будет посвящена развитию отношений по целому ряду направлений, наблюдается тенденция дальнейшего сотрудничества в диалоге Китай-ЕС.

Библиографический список

1. Record flows and growing imbalances: Chinese investment in Europe. MERICS. URL: <https://merics.org/en/report/record-flows-and-growing-imbalances-chinese-investment-europe-2016#:~:text=European%20investment%20in%20China%20continues%20to%20decline&text=The%20value%20of%20EU%20FDI,access%20to%20the%20country%27s%20markets.> (дата обращения: 12.03.2022).

2. The EU's unsustainable China strategy // Eurasian Rail Alliance Index. 10.09.2021. URL: <https://index1520.com/en/analytics/neustoychivaya-strategiya-es-v-otnoshenii-kitaya/> (дата обращения 15.03.2022).

3. Носов М. Г. ЕС и Китай: торговля или стратегия // Современная Европа, 2018, №6, с. 5-17. URL: <http://www.sov-europe.ru/images/pdf/2018/6-2018/1.pdf> (дата обращения 12.03.2022).

4. Гуселегов Б. П. Отношения между Евросоюзом и Китаем на современном этапе // Научно-аналитический вестник Института Европы РАН, 2018, №4, с. 28–34. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otnosheniya-mezhdu-evrosoyuzom-i-kitaem-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 14.03.2022).

5. Global Times: Китай занимает нейтральную позицию в текущем российско-украинском конфликте // Сетевое издание ВФМ.ру. 21.03.2022. URL: <https://www.bfm.ru/news/495690> (дата обращения: 22.03.2022).

Юр Арсений Сергеевич – студент 2-го курса бакалавриата, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: ur.as@edu.spbstu.ru. Тел.: +7 (914) 032-18-57.

Икрям Асия – студент 2-го курса бакалавриата, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: ikryam.a@edu.spbstu.ru. Тел.: +7 (950) 011-95-34.

УДК 341.213

*Ольга Юрьевна Юркова,
Виталий Николаевич Снетков*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ» В РАМКАХ АРКТИЧЕСКОГО РЕГИОНА РОССИИ

Аннотация. В данной статье рассматривается секторальный принцип деления арктической территории. В статье анализируются основные политические и правовые документы, регулирующие данную сферу в арктических странах и возможность интеграции инициативы Нового Шелкового пути, рассматриваются вопросы формирования оптимального баланса между национальным и международно-правовым регулированием хозяйственных процессов в Арктическом регионе. Стратегические цели развития Российской Арктики на долгосрочную перспективу предполагают развертывание в этом регионе национальных проектов по освоению минеральных ресурсов и развитию транспортной инфраструктуры, в первую очередь Северного морского пути включая его морские порты, в качестве организационно-правовой основы для развития использования арктического континентального шельфа.

Ключевые слова: Арктика, Северный Морской путь, инициатива Новый Шелковый путь, интеграция.

*Olga Yurevna Yurkova,
Vitaly N. Snetkov*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

IMPLEMENTATION OF THE «ONE BELT, ONE ROAD» CONCEPT WITHIN THE ARCTIC REGION OF RUSSIA

Abstract. This article discusses the sectoral principle of the division of the Arctic territory. The article analyzes the main political and legal documents regulating this sphere in the Arctic countries and the possibility of integrating

the New Silk Road initiative, discusses the formation of an optimal balance between national and international legal regulation of economic processes in the Arctic region. The strategic goals of the development of the Russian Arctic in the long term involve the deployment in this region of national projects for the development of mineral resources and the development of transport infrastructure, primarily the Northern Sea Route including its seaports, as an organizational and legal basis for the development of the use of the Arctic continental shelf.

Keywords: Arctic, Northern Sea Route, New Silk Road initiative, integration.

В современных условиях усложняющихся процессов глобализации и интеграции, экономическое состояние любого государства зависит от его обеспеченности энергетическими ресурсами. На территории арктического региона сосредоточено большое количество запасов углеводородов и различных полезных ископаемых. Через Арктику проходят воздушные и морские маршруты, что привлекает как транснациональные компании, так и приарктические государства, в связи с чем крайне важно законодательно определить и урегулировать его правовое положение. Безусловно, что на сегодняшний день этот регион является объектом повышенного внимания со стороны азиатских стран, так как расширение концепции «Один пояс-один путь» играет важную роль в процессах продолжающейся глобализации [1, с. 112]. Необходимость участия Российской Федерации в рамках проекта Нового Шелкового пути и представление ее интересов обусловлена «объективными интересами Арктического региона России, вызванными изменениями природно-климатических условий и хозяйственного освоения этих пространств» [2, с. 7–21].

В настоящее время складывается ситуация при которой вопрос индустриального развития и освоения арктического региона выдвигается на первый план, требующий внимательного отношения к проблемам малочисленных коренных народов севера.

Исторически сложилось так, что территория арктического региона распределяется следующим образом: пространство побережья каждого приарктического государства является основанием,

так называемого арктического сектора, а меридианы от Северного полюса до восточной и западной границ этого государства – являются боковой линией [3, с. 45 – 58]. Здесь важно помнить о том, что у Российской Федерации обнаруживается объективное явное преимущество в освоении Арктики. В силу этого большинство азиатских государств активно лоббируют свои арктические интересы и притязания по данному вопросу во взаимоотношениях с Россией. В частности, объединение Северного морского пути и Нового Шелкового пути – одно из приоритетных направлений развития российско-китайских отношений.

В данный момент существует мнение, в значительной степени отражающее тенденцию во внешнеэкономической деятельности, в соответствии с которым подавляющее большинство западноевропейских стран «придерживаются политики, согласно которой проход через арктические проливы Российской Федерации должен стать свободным, так называемый свободный Северный морской путь» [4, с. 334–336]. Северный морской путь открыт для международного судоходства, но в соответствии с Правилами от 1991 плавания по трассам данного пути осуществляется с согласия и под контролем Российской Федерации [5, с. 33].

Российская Федерация как участник Евразийского экономического союза представляет несомненный интерес для Китайской Народной Республики. Таким образом, на сегодняшний день Россией и Китаем были достигнуты концептуальные соглашения по вопросам создания Северного морского пути в рамках инициативы «Один пояс – один путь», выдвинутой главой Китайской Народной Республики Си Цзиньпином. Так, на проводимом в Архангельске международном арктическом форуме «Арктика – территория диалога» президент России Владимир Путин, выступая в рамках пленарного заседания, неоднократно отмечал «перспективность развития Северного морского пути», стремление к совместному его развитию, процветанию и открытости для инвестиций [6].

Российская Федерация внимательно относится к арктическому региону, так как обеспечение и защита национальных интере-

сов на данных территориях является приоритетным направлением развития. Проблема развития экономического сектора нашла отражение в послание Президента к Федеральному Собранию от 15 января 2020. К числу одного из основных приоритетов следует отнести реализацию общей концепции межрегионального сотрудничества в экономической сфере, интеграцию инициативы «Один пояс – один путь», как перспективной возможности взаимодействия Российской Федерации и Китая, а также иных заинтересованных государств при строительстве «Ледового Шелкового пути», содействующему социально-экономическому развитию [4, с. 341–342].

Опираясь на отечественный и зарубежный опыт и тенденции в сфере освоения и разработки арктических территорий, а также достижений в сфере права, следует уделить внимание следующим аспектам в рамках проекта строительства Северного морского пути: во-первых, необходимо внедрение передовых технологий для результативности поиска и добычи природных ресурсов и полезных ископаемых на территории Арктики; во-вторых, требуется трансформация операционных рисков освоения и добычи ресурсов Арктики в финансовые риски через механизмы государственно-частного партнерства; в-третьих, необходимо обеспечить сбалансированность внутреннего законодательства в сфере освоения арктических территорий с международным; в-четвертых, актуализировать лоббирование национальных арктических интересов на глобальном уровне через различные межнациональные структуры и организации.

«Транзитный потенциал» российского арктического региона постоянно растет, «поскольку перевозка и доставка грузов Северным морским путем обеспечивает надёжность в экономическом, политическом и военном отношении», при этом сокращает время такой перевозки [7, с. 115]. Открывая такую водную магистраль как Северный морской путь и принимая на себя значительную часть международных морских перевозок Российская Федерация становится необходимым элементом международных экономических отношений.

Анализ международно-правовых норм и национальных нормативных правовых актов приарктических государств позволяет сделать следующий вывод – развитие международного сотрудничества и кооперации, создание единой нормативно-правовой базы в рамках освоения Северного морского пути становится особенно актуальным, если речь идет о сотрудничестве путем разработки и решения юридических проблем рабочей группой по Северному морскому пути [8, с. 34].

Учитывая стратегические потребности освоения арктического региона, растущий интерес зарубежных государств к его ресурсам и коммуникациям вызывает тревогу, «необходимость обеспечения безопасности населения и охраны государственной границы России в Арктике, транспортное обеспечение функционирующих и планируемых производств должно быть опережающим в общегосударственной программе освоения арктического региона» [1, с. 111]. Особую роль играет Северный морской путь, который, будучи интегральной транспортной структурой, тесно связан с инновационным процессом в Арктике: все внедряемые здесь новшества взаимодействуют с другими элементами трассы, участвуют в их модернизации.

Таким образом, в целях устойчивого развития российской Арктики необходимо на базе сложившегося Евразийского экономического союза разработать и принять Стратегию развития Евразийского образовательного пространства, в которой следует отразить реализацию мероприятий, связанных с вовлечением широких слоев населения указанного региона в развитие научно-технологической базы; обеспечением трудоустройства в соответствии с полученными квалификациями и расширением количества рабочих мест; формированием транспортно-логистических узлов на базе существующих и строящихся морских портов, а также новых регионов, городов; формально правовым закреплением юридического статуса и местоположения морских трасс в соответствии с нормами международного права и объективными тенденциями реализации проекта Нового Шёлкового пути в рамках арктического региона России.

Библиографический список

1. Калфаоглу Рабия Китайско-российское сотрудничество в Арктике: перспективы развития / Рабия Калфаоглу // Вестник МГОУ. – 2018. – №2. – С. 108–128.

2. Катцов В. М., Павлова Т. В. Ожидаемые изменения приземной температуры воздуха в Арктике в 21-м веке: результаты расчетов с помощью ансамблей глобальных климатических моделей (CMIP5 и CMIP3) // Труды Главной геофизической обсерватории им. А. И. Воейкова: Т. – 2015. – 579 с.

3. Гицу М. А. Международно-правовой режим Арктики (концептуальное противостояние) / М.А.Гицу, В. Д. Гицу // Государство и право. – 2018. – № 06. – 123 с.

4. Махайличенко К. М. Проект «Ледовый Шелковый путь» в рамках инициативы «Один пояс – один путь» как реализация интересов России и Китая в Арктическом регионе / К.М. Махайличенко // Вестник РУДН. Серия: Политология. – 2019. – № 2. – С. 334–345.

5. Снетков В. Н., Семенова К. А. М. В. Ломоносов о необходимости закрепления прав России в Арктике // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2011. – №4 (135). – С. 31–34.

6. Президент России: Владимир Путин принял участие в пленарном заседании IV Международного арктического форума «Арктика – территория диалога» (официальный сайт) // URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/54149> (дата обращения 15.03.2022).

7. Гуреев С. А., Буник И. В. О необходимости подтверждения и правового закрепления исключительных прав России в Арктике. – Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. Морская деятельность Российской Федерации: состояние и проблемы законодательного обеспечения. Под ред. В.А. Попова. – М. – 2005. – 211с.

8. Ковалев А. А. Международное право и национальные интересы Российской Федерации // Отв.ред. А.А. Ковалев, Б.Л. имненко, – М. – 2008. – 89 с.

Юркова Ольга Юрьевна – магистр, Высшая школа Юриспруденции и судебно-технической экспертизы, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия, ул. Политехническая, 29. E-mail: olenkayurkova@gmail.com.

Снетков Виталий Николаевич – доктор политических наук, профессор кафедры «Теория и история государства и права», Высшая школа Юриспруденции и судебно-технической экспертизы, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: deanery@jurist.spbstu.ru.

СЕКЦИЯ «ЛИЧНЫЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ»

УДК 339.138

Анжелика Игоревна Акатова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ КАК ИНСТРУМЕНТ УКРЕПЛЕНИЯ ВНЕШНЕГО ИМИДЖА КОМПАНИЙ ИНДУСТРИИ МОДЫ

Аннотация. Статья посвящена вопросу влияния благотворительной деятельности на внешний имидж компаний. Рассмотрены различные примеры социальных проектов в индустрии моды. Определены эффекты благотворительной деятельности компаний.

Ключевые слова: внешний имидж, имидж компании, формирование имиджа, благотворительная деятельность, благотворительные проекты.

Anzhelika I. Akatova
Peter the Great St. Petersburg
olytechnic University

CHARITY PROJECT AS A TOOL FOR STRENGTHENING THE EXTERNAL IMAGE OF FASHION INDUSTRY COMPANIES

Abstract. The article is devoted to the issue of the impact of charitable activities on the external image of companies. Various examples of social projects in the fashion industry are considered. The effects of companies' charitable activities are determined.

Keywords: external image, company image, image formation, charitable activities, charitable projects.

В настоящее время компании существенным образом заботятся о своем имидже. Он складывается из внешнего и внутреннего восприятия бренда. Помимо этого, имидж является механизмом формирования социального капитала. Целью данной статьи является демонстрация принципов и эффектов благотворительных проектов на примере модных брендов.

На сегодняшний день существует множество трактовок понятия имиджа компании. Например, согласно О.С.Виханскому: «имидж организации – множество распространенных представлений об особенностях, специфических качествах и чертах, присущих организации» [1, с. 156].

Маркетолог Ф. Котлер определяет имидж как «восприятие компании или её товаров обществом» [2, с. 223].

Под имиджем организации понимается сформировавшееся целостное действенное и эмоциональное восприятие группой людей компании, основанное на реальных и приписываемых свойствах данной организации. Главная цель создания имиджа компании – установление на рынке определенного, чаще положительного, образа в соответствии с позиционированием организации.

У абсолютно каждой компании есть свой индивидуальный имидж, независимо от того, работает она целенаправленно над его созданием или нет. Если не придавать должного значения вопросу формирования положительного имиджа, итог может оказаться совершенно нежелательным для компании.

Формировать положительный имидж намного проще и выгоднее с самого начала существования организации. Совершенно неразумно тратить огромное количество времени, сил и, вероятно, денег на исправление бесконтрольно сложившегося в сознании целевой аудитории отрицательного образа [4, с. 434].

Положительно сформированный имидж позволяет привлечь внимание потенциальных потребителей к предоставляемым продуктам или услугам, поддерживать уровень доверия лояльных

клиентов, выстраивать высокие отношения с партнерами, а также комфортно и устойчиво противостоять конкурентам. Все это в совокупности влияет на уровень продаж.

Поддержание положительного имиджа – очень ответственный и трудный аспект в управлении компанией, которому необходимо уделять много внимания и времени. Очень важно точное представление необходимого для компании имиджа.

Множество организаций стараются получить положительный имидж, имеющий какую-либо социальную направленность, будь то помощь природе, животным или нуждающимся взрослым и детям. Они используют экологичные материалы и обязательно указывают это в описании продукта или услуги, на этикетках и упаковках, участвуют в благотворительных акциях или проводят их сами, спонсируют фонды помощи.

Таким компаниям, как правило, потребители доверяют больше, чем тем, которые не заинтересованы в социально-ориентированной деятельности своего бренда. Несмотря на то, что такие проекты по большей части не приносят материальных доходов компаниям, они способствуют поддержанию или укреплению высокой репутации.

Изначально, благотворительность рассматривали с точки зрения социальной и нравственной пользы. По определению Толкового словаря русского языка Ожегова С.И.: «Благотворительность – действия и поступки безвозмездного характера, направленные на общественную пользу или на оказание материальной помощи неимущим».

Благотворительность с экономической точки зрения также принимает важное значение в современном обществе. Вследствие чего возникло следующее определение: «Благотворительность – это перераспределение ресурсов на решение социальных проблем. Не только денег, но и личного времени, энергии». (Беляева Н. Ю. «Коммерсантъ» от 8 июня 2001 г.). То есть важным фактором благотворительности в бизнесе становится не только экономическая составляющая, но и привлечение внимания к проблемам.

В России благотворительность в бизнесе начала стремительно развиваться, хотя всего пару лет назад большинство компаний не понимали в чем же будет выгода от данной деятельности и опасались убытков.

Благотворительность в бизнесе — это своего рода win-win стратегия. С одной стороны, компания оказывает помощь и поддержку нуждающимся. С другой, в результате социальной деятельности, приобретает лояльность сотрудников, привлекает новых клиентов, повышает HR-позиции и укрепляет свой внешний имидж. В наши дни представители индустрии моды вовлечены в благотворительные проекты как никогда. И это не только помощь детям, старикам, природе или же животным, но также восстановление и реставрация памятников архитектуры.

Социальная инициатива может быть изначально заложена в ДНК брендов индустрии моды, как, например, в Bezgranz Couture Янины Урусовой. С 2014 года бренд создаёт специальные коллекции для людей с физическими особенностями. К сожалению, большинство брендов закрывают глаза на данный вопрос. Мало кто задумывается о том, как необходим особенный подход к тактильно-восприимчивым людям с синдромом Дауна или же насколько важны определенные рюкзаки для людей с центральным параличом. С одной стороны, бренд делает значимые и действительно важные вещи. С другой стороны, открыто говорят о том, что данный проект является отличным бизнес-кейсом: в мире живет больше миллиарда человек с инвалидностью. Действительно, благотворительная деятельность — очень важный и нужный элемент качественного бизнес-плана компании [5, с. 79].

Monochrome, первый и пока единственный российский бренд, придерживающийся идее гиперболизированных oversize фасонов, также отличается своим равнодушием к социальным проблемам. Monochrome выпускает благотворительную коллекцию (LIFE) полностью в красном цвете. Часть прибыли с продаж данной серии ежемесячно перечисляются на помощь детям и молодым взрослым с онкологическими и тяжелыми заболеваниями головного и спинного мозга в Фонд Константина Хабенского. Так, за полный

2021 год, в условиях covid-ограничений и срыва глобальных поставок сырья, компании удалось собрать 1,2 миллиона рублей, что почти вдвое больше по сравнению с 2020 годом. Несомненно, данный благотворительный проект оказывает большое влияние на имидж бренда. Покупая вещь линейки (LIFE) потребители вносят свой вклад в борьбу с детской онкологией, тем самым радуя не только себя. Это простой, но очень важный и ценный способ для покупателя стать ближе к признанному во всем мире бренду Monochrome.

Бренды-гиганты fashion-индустрии выделяют крупные суммы на реставрацию или полное восстановление памятников архитектуры, за что взамен могут получить различные привилегии. Сюда можно отнести и финансовые, так как в некоторых европейских государствах компании, занимающиеся благотворительной деятельностью, имеют право на налоговые вычеты.

В 2013 году итальянский модный Дом Fendi пожертвовал 2,5 миллиона евро на реконструкцию пяти фонтанов в Риме, в том числе и легендарного фонтана Треви. Позже именно здесь, по решению властей города, был проведен юбилейный показ Fendi.

Огромный вклад модные бренды привнесли также и в восстановление собора Парижской Богоматери после ужасного пожара в апреле 2019 года. В сумме было выделено 300 миллионов евро двумя известными модными холдингами. Первой компанией стала Kering, владеющая брендами Saint Laurent и Balenciaga. Владелец, Франсуа-Анри Пино, пожертвовал на восстановление собора 100 миллионов евро. Вторым стал холдинг LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy), выделившим 200 миллионов евро на реставрационные работы Нотр-Дам-де-Пари.

Подобная социальная деятельность оказывает большое влияние на внешнее восприятие компании со стороны потребителей и партнеров, создает благоприятное информационное поле, благодаря чему повышается уровень доверия к компании. Социальная ответственность демонстрирует надежность и стабильность, что позволит выйти HR-бренду организации на новый уровень. Благотворительные проекты дают также и такой эффект, как включение социальных проблем и эксклюзии в зону публичной види-

мости. Это позволяет двигаться к снятию стигмы с определенных социальных статусов (люди с дополнительными физическими потребностями, особенностями внешности и т. д.).

Библиографический список

1. **Виханский О. С., Наумов А. И.** Менеджмент. — М.: Гардарика, 2009. — С. 156.
2. **Котлер Ф.** Основы менеджмента. — М.: Вильямс, 2008. — С. 223.
3. **Аверченко Л. К.** Практическая имиджология: Учебное пособие. — М.: СибАГС, 2013. — С. 439.
4. **Кузьмина О. Г.** Формирование имиджа бренда в интернет-пространстве: социолингвистические и социально-психологические технологии. Вопросы теории и практики журналистики. — М.: Байкальский государственный университет, 2015. — Т. 4. — № 4. — С. 431–440.
5. **Весклер А.** Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. — М.: Вершина, 2006. — С. 335.

Акатова Анжелика Игоревна — бакалавр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: akatova.ai@edu.spbstu.ru.

УДК 659.443

Артем Александрович Бабич
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ВИЗУАЛЬНАЯ КОНЦЕПЦИЯ И ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ

Аннотация. В статье изучены инструменты визуальной концепции и графического дизайна в продвижении брендов одежды в интернете. Выявлены проблемы, с которыми могут столкнуться PR-специалисты при продвижении магазинов и брендов одежды. Определена высокая значимость использования профессионального графического исполнения для более успешной визуальной коммуникации с потребителем.

Изучены объективные и субъективные критерии эстетичности брендов. Проанализированы элементы графического дизайна, служащие цели взаимодействия потенциального потребителя с контентом сайта. Методологическую базу данной статьи составили методы описания, наблюдения, комплексный подход, сравнительный анализ. В результате исследования выявлено, что для продвижения бренда и товаров в интернете PR-специалисту необходимо учитывать специфику продвижения в сети, объективные и субъективные элементы применения графического дизайна, выстраивать четкую визуальную концепцию, транслирующую ценности компании.

Ключевые слова: визуальная концепция, графический дизайн, бренд, интернет, креативный контент.

Artem A. Babich
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

VISUAL CONCEPT AND GRAPHIC DESIGN IN THE PROMOTION OF CLOTHING BRANDS

Abstract. The article studied the tools of visual concept and graphic design in the promotion of clothing brands on the Internet. The problems that PR specialists may face when promoting stores and clothing brands are identified. The high importance of using professional graphic design for more successful visual communication with the consumer is determined. Objective and subjective criteria of brand aesthetics are studied. The elements of graphic design that serve the purpose of interaction of a potential consumer with the content of the site are analyzed. The methodological base of this article was made up of methods of description, observation, an integrated approach, and comparative analysis. As a result of the study, it was revealed that in order to promote a brand and goods on the Internet, a PR specialist needs to take into account the specifics of online promotion, objective and subjective elements of graphic design, build a clear visual concept that translates the company's values.

Keywords: visual concept, graphic design, brand, internet, creative content.

В настоящее время одним из самых популярных и стремительно набирающих обороты каналов продвижения является интернет. Этот тезис доказывает статистика, собранная Ассоциацией

компаний интернет-торговли (АКИТ) и опубликованная в середине февраля 2022 года. Полученные данные показали, что объем российского рынка электронной коммерции в 2021 году составил 3,6 трлн рублей, эта цифра на 13 % больше в сравнении с предыдущим годом.

В 2021 году россияне сделали в целом 2,6 млрд онлайн-заказов. Суммарное количество потребителей интернет-товаров составило 70 млн человек. Необходимо отметить, что увеличившиеся показатели продаж показали не только сайты интернет-магазинов, но и страницы магазинов, представленные в социальных сетях: Telegram, «ВКонтакте» и другие [1]. По данным исследования, на первом месте по продаваемости находилась цифровая и бытовая техника – 24,9%; на втором – мебель и товары для дома – 14,6%. Третье место заняла исследуемая в данной статье категория: одежда и обувь – 13,8%. Эти результаты иллюстрируют стремительный рост продаж одежды и обуви через цифровые площадки в русскоязычном сегменте сети [2].

Актуальными для маркетологов и PR-специалистов, выступающих исполнителями перед производителями, брендами и продавцами одежды, которые реализуют продукцию через собственные сайты или страницы/ группы в социальных сетях, являются следующие вопросы, задачи и проблемы. Во-первых, каким образом стимулировать продажи и дольше удержать потребителя на онлайн-платформе. Во-вторых, какие инструменты можно использовать для того, чтобы сократить путь потребителя от начальной точки выбора товара до оплаты покупки и упростить этот процесс. В-третьих, какие инструменты использовать для визуальной подачи бренда.

В центре внимания данной статьи в меньшей степени находятся маркетинговые инструменты и способы привлечения аудитории: стимулирование сбыта, таргетинг, скидки и акции, копирайтинг. В рамках данного исследования специальный интерес вызывает изучение инструментария, который используется офлайн и онлайн-магазинами с целью воздействия на потенциального потребителя. На первый план выходят следующие характеристики:

стилизация, айдентика и образ бренда, освещение, музыкальные темы, дизайн и оформление в целом.

Сравнение с офлайн-магазинами было приведено в связи с тем, что магазинам и брендам в сети так же необходимо более профессионально воздействовать на потребителя: использовать визуальную концепцию, креативный контент, графические элементы. Потенциальных потребителей товаров в сети интернет в первую очередь интересуют: внешний вид, графическое исполнение, визуальная концепция, удобство в использовании, интуитивность и понятность интерфейса.

Исходя из перечисленных факторов, можно сделать вывод о том, что основой профессионального представления бренда одежды в интернете является продуманная визуальная концепция в связке с удобным, понятным графическим дизайном, легко воспринимаемым потребителем.

Под «визуальной концепцией» понимается комплекс визуального контента или графическая (визуальная) составляющая бренда, отражающая образ продукта и сам продукт на какой-либо площадке [3]. Визуальная концепция используется специалистами при работе с брендами одежды для создания эффективной ассоциации потребителя с образом компании, а также для развития коммуникации и трансляции положительно-нейтрального контента образа фирмы. Визуальная концепция включает в себя использование графических элементов, которые демонстрируют ее особенные характеристики.

Для успешного применения комплекса визуальной концепции необходимо создавать и внедрять визуальный контент в соответствии с объективной и субъективной визуальной эстетикой. К объективной визуальной эстетике относятся: цветовая гармония и колористика, качество изображения, соблюдение пропорций и форм [4]. Под субъективной визуальной эстетикой подразумевается собственная визуальная эстетика бренда. К субъективной визуальной эстетике относятся: идентификационная колористика, соответствие образу бренда, формат изображений.

Исследуя концепции сайта и бренда, с помощью которых компания реализует товары, целесообразно рассмотреть элементы и инструменты графического дизайна для осуществления взаимодействия потенциального потребителя с элементами просмотра и покупки необходимого товара на сайте фирмы.

Конструирование сайта, продающего одежду, должно начинаться с его визуальной иерархии. Визуальная иерархия на сайте — это организация и оформление информации таким образом, чтобы пользователь мог быстро и комфортно понять интерфейс и отличить главное от второстепенного. Например, директор Google Льюк Вроблевски выражает мнение о том, что сайт, продающий товар, должен иллюстрировать ответы на три ключевых вопроса: какую пользу потребителю это может принести, каким образом он может использовать возможности сайта и зачем ему это нужно [5].

Ответы на поставленные вопросы позволяют уверенно перейти к разработке структуры сайта. Понятное для пользователя визуальное оформление онлайн-магазина будет способствовать продвижению и продажам. Необходимо продуманно подбирать размеры элементов — можно выделить крупным шрифтом информацию, имеющую существенную важность, например, графу скидок, либо акцентировать внимание посетителя на ссылке на новую коллекцию одежды. Кроме этого, требуется учитывать возможности колористики. Используемые цвета должны коррелировать с образом бренда, дополнять друг друга и не создавать «цветной калейдоскоп», трудно поддающийся восприятию.

Информация, на которой представители бренда хотят акцентировать внимание потенциального покупателя, может быть подана через прием цветового контраста, например, выделена оранжевым на белом фоне. В большинстве случаев три цвета для использования бренда на сайте, специализирующегося на продаже одежды — достаточно.

Значительную роль при восприятии потребителем контента играет композиция. На сайте бренда одежды может использоваться схема анализа увиденного: схема Z или схема F. Перед тем, как приступить к анализу информации о вашем бренде и о ваших то-

варах, пользователь изучает сайт, повторяя контур одной из вышеперечисленных букв — Z или F. Основанное на таком восприятии графическое решение в оформлении сайта лежит в основе создания полноценной визуальной коммуникации между брендом и потребителем [6].

При изучении визуальной концепции брендов одежды следует учитывать специфику данной категории. В настоящее время для продвижения своего бренда компании прибегают к фотосъемкам одежды в различных контекстах и ракурсах. С помощью демонстрации образцов одежды и привлеченных моделей создаются более привлекательные визуальные образы. В качестве моделей можно использовать людей, внешнему виду которых потребитель хотел бы соответствовать.

Для онлайн-магазинов одежды используются различные категории визуального контента. Основой можно считать базовые фотографии одежды на нейтральном фоне. Одежда в такой категории может демонстрироваться как на моделях, так и без них. Такой вид контента призван детально показать товар и посадку одежды на человеке для создания понимания у потребителя внешнего вида и качества товара. Для наилучшего качества онлайн и офлайн-изображений профессионалы рекомендуют использовать студийный свет.

Для того, чтобы отобразить концепцию определенной коллекции бренда и привлечь к ней потребителя, недостаточно публиковать только базовые фотографии одежды. Необходимо создавать более креативный контент, используя доступные возможности. Например, бренд может оттолкнуться от ценностей и настроений, которые он регулярно транслирует, и создать на основе этого лукбук. Лукбук (lookbook — англ. «книга образов») — это имиджевая съемка ключевых образов коллекции. Обычно для съемки лукбука используется не только белый фон, а применяются более разнообразные интерьеры и цвета. Модели могут принимать более свободные позы, следуя задумке фотографа. Главная задача лукбука — максимально профессионально показать одежду для потребителя, побуждая приобрести ее.

В настоящее время, кроме фотографий, для привлечения новой аудитории создается все более интересный и креативный контент. Так, многие используют функцию Reels в социальной сети «ВКонтакте». Данная функция позволяет загружать ролики до минуты в ленту и делиться ими со всеми желающими. Многие бренды создают динамическую нарезку различных комбинаций одежды на моделях, используя интересные переходы и музыкальное сопровождение.

Завершая данную статью, можно отметить, что для сайта бренда одежды, продвигающего свои товары в интернете в условиях рынка и большой конкуренции, принципиально важными являются следующие характеристики: специфика нахождения в сети, объективные и субъективные элементы применения графического дизайна, четкая визуальная концепция, благодаря которым транслируется определенное настроение.

Библиографический список

1. **Козлов А. К., Клюев Ю. В.** Графический дизайн в коммуникационной стратегии виртуальных сообществ (на примере музыкальных исполнителей) // Информация–Коммуникация–Общество. Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина) (Санкт-Петербург). 2022. Т. 1. С. 147–151.
2. Интернет-торговля выросла на 13 % [Электронный ресурс] // Tadviser. – URL: <https://www.tadviser.ru/index.php>– (дата обращения: 15.02.2022).
3. **Бабич А. А., Клюев Ю. В.** Визуальная концепция создания образа бренда для интернет-магазина одежды // Технологии PR и рекламы в современном обществе. Инженеры смыслов: трансформация компетенций и мировые вызовы коммуникационной отрасли. Материалы научно-практической конференции с международным участием. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. 2021. Издательство: Политех-Пресс. – С. 40–46.
4. Основные принципы графического дизайна [Электронный ресурс] // Medium – URL: <https://medium.com/основы-визуального-дизайна/основные-принципы-графического-дизайна-для->

недизайнеров-d99c9ee9a31bhttps://vk.com/@megaopt_24-prodvizhenie-internet-magazina-vkontakte – (дата обращения: 15.02.2022).

5. Визуальная иерархия сайта [Электронный ресурс] // Википедия – URL: <https://tilda.education/articles-visual-hierarchyhttps://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram> – (дата обращения: 16.02.2022).

6. Диаграмма Гутенберга [Электронный ресурс] // Ecid – URL: <https://netology.ru/blog/users-site-patterns>. (дата обращения: 17.02.2022).

Бабич Артем Александрович – магистрант, Высшая школа медиа-коммуникаций и связей с общественностью, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: flangerboys@gmail.com.

УДК 659.3

*Оксана Алексеевна Бахаева,
Яна Анатольевна Голятина,
Екатерина Андреевна Зорина*

Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОНЛАЙН- И ОФЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЯ В СПОРТИВНОЙ СФЕРЕ: ИНСТРУМЕНТАРИЙ, ТЕНДЕНЦИИ И СПЕЦИФИКА (НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕТСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ FOOTBALL FOR FRIENDSHIP)

Аннотация. Статья посвящена изучению инструментария, специфических характеристик и тенденций развития специальных спортивных мероприятий в онлайн- и офлайн-среде. Актуальность исследования обусловлена тем, что после ослабления эпидемиологических ограничений перед организаторами возникает вопрос выбора формы проведения мероприятий: возвращения событийной индустрии в офлайн-среду или же дальнейшего развития в онлайн-направлении. В качестве эмпирического материала для исследования были выбраны мероприятия, проводимые ПАО «Газпром» и Коммуникационным агентством АГТ международной социальной программы Football For Friendship в период с

2018 по 2021 год. Используются следующие методы исследования: метод классификации, метод синтеза, метод сравнительного анализа, визуализации данных. Выявлены специфические особенности проведения спортивных мероприятий онлайн и офлайн, обозначены проблемные области их организации.

Ключевые слова: офлайн- и онлайн-мероприятие, спортивное мероприятие, инструментарий организации мероприятия, оценка эффективности, COVID-19.

Oksana A. Bakhaeva,

Yana A. Golyatina,

Ekaterina A. Zorina

Peter the Great Saint Petersburg
Polytechnic University

ONLINE AND OFFLINE SPORTS EVENTS: TOOLS, TRENDS AND SPECIFICS (USING THE EXAMPLE OF THE INTERNATIONAL CHILDREN'S SOCIAL PROGRAM FOOTBALL FOR FRIENDSHIP)

Abstract. The article is devoted to the study of tools, specific characteristics, trends in the development of special sports events online and offline. The relevance of the study is due to the fact that after the weakening of epidemiological restrictions, the organizers face the question of choosing the form of events. The events held by Gazprom and the AGT Communication Agency of the international social program Football For Friendship from 2018 to 2021 were selected as empirical material for the study. The specific features of conducting sports events online and offline are revealed, the problematic areas of their organization are identified.

Keywords: offline and online event, sports event, event organization tools, performance evaluation, COVID-19.

В современной практике организации специальных мероприятий компании делают упор на поддержание имиджа организации, приращение ее публичного капитала. Исследователи PR определяют термин «специальное мероприятие» как «спланированное мероприятие, инициированное базисным субъектом PR и направ-

ленное на достижение прагматических коммуникативных целей данного субъекта, способствующее приращению его публичного капитала» [1, с. 173].

2020 год внес существенные коррективы в организацию специальных мероприятий. По состоянию на март 2020 года в мире было отменено более 2000 мероприятий в связи с распространением вируса COVID-19 [2]. Это привело к увеличению числа онлайн-мероприятий. Только в 2020 году было проведено более 200 крупных онлайн-мероприятий, зрителями которых стали миллионы человек [3].

Несмотря на относительную стабилизацию эпидемиологической ситуации в 2022 году, интерес к онлайн-мероприятиям стабильно растет. Такое положение вещей свидетельствует о том, что и после завершения пандемии онлайн-формат, вероятно, не потеряет популярность, в связи с высокой доступностью интернета для целевых аудиторий. Отметим, что, согласно статистике, Global Digital 2022, 62.5% людей во всем мире пользуются интернетом.

Для оценки интереса аудитории к формату онлайн-мероприятий в 2020 году научный сотрудник Кузбасского государственного технического университета им. Т.Ф. Горбачева провела социологический опрос среди 147 человек. 81,6% опрошенных положительно оценили онлайн-мероприятия, считая, что «такая форма позволяет сделать жизнь более комфортной», а 88,4% респондентов указали, что посетили минимум одно массовое онлайн-мероприятие в течение года [4].

Для того чтобы проанализировать специфику и тенденции в организации спортивных мероприятий Международной детской социальной программы Football For Friendship, стоит изучить инструментарий подготовки офлайн- и онлайн-мероприятий.

Оба формата мероприятий имеют схожий характер организации и проведения, заранее определены цели, время начала, продолжительность и место проведения. На всех мероприятиях присутствует один или более ведущих. Также у организаторов нет точной информации о социальных, демографических и других характеристиках участников.

К особым чертам офлайн-мероприятий относится определенная географическая принадлежность участников. Выступления

спикеров в офлайн-формате сопровождаются более тщательной подготовкой выступлений в силу отсутствия возможности просто прочитать речь с экрана компьютера или гаджета. Кроме этого, офлайн-события в значительно большей степени вовлекают участников в событие. Вместе с этим, организаторы несут ответственность за безопасные условия нахождения на мероприятии, что требует дополнительных расходов.

Для онлайн-мероприятий география участия намного шире, а количество участников определяется техническими возможностями платформы. Организаторы не несут ответственность за безопасность участников. Существует возможность допускать к мероприятию только определенных людей с помощью онлайн-регистрации.

Ещё одной важной составляющей проведения мероприятий в онлайн-формате является поддержание положительного и имиджа события с помощью инструментов фирменного стиля. Используется не только сайт как канал взаимодействия между участниками и организаторами, создаются лендинги, баннеры, через них передаются фирменные цвета, идея и цель мероприятия. Фирменный стиль выдерживается и при электронной рассылке писем (логотип, подпись и т. д.). Ведется активная работа в социальных сетях, где размещаются фото- и видеоматериалы с ивентов и фирменные хештеги.

К трудностям организации и проведения онлайн-мероприятий относятся: необходимость соблюдения определенных технических условий для доступа к платформе; сложность удержания внимания гостей на протяжении всего мероприятия; необходимость учета разных часовых поясов участников при международном участии; неуверенность со стороны участников в успешности спортивного мероприятия в формате онлайн. Эти факторы значительно усложняют процесс коммуникации с потенциальными участниками.

Изучим специфику организации мероприятий Международной детской социальной программы Football For Friendship («Футбол для дружбы»). Это международная детская социальная программа, реализуемая ПАО «Газпром» и коммуникационным агентством АГТ с 2013 года. За проведенные девять сезонов программа объединила более 16 000 участников из 211 стран и регионов и

более 6000000 сторонников. Участниками программы являются юные игроки и юные журналисты в возрасте 12 лет, включая детей с ограниченными возможностями. Они показывают, что национальность, пол и физические способности не являются препятствием для того, чтобы стать командой [5].

Особенностью и традицией стал обмен Браслетами Дружбы, который проходит в начале данного мероприятия. Браслет считается официальным символом программы «Футбол для дружбы». Он представляет собой две простые нити фирменных цветов мероприятия: синего и зеленого. Синий цвет символизирует ясное, безоблачное небо. Зеленый — это цвет футбольного поля, неизменного и доступного всем и каждому, в любой стране мира, независимо от возраста, пола и социального статуса.

Если говорить о развитии Football for Friendship, с 2013 года реализуется 5 основных направлений: экологическая программа, детский пресс-центр, международный лагерь дружбы, Чемпионат мира по «Футболу для дружбы» и международный детский форум. Помимо этого, каждый год добавляются новые программы: в 2019 году был реализован образовательный проект «Международная тренерская академия» для тренеров и учителей физкультуры, в 2020 году организаторы учредили международную премию за лучшие футбольные онлайн-практики, а 2021 год ознаменовал появление Форума послов «Футбола для дружбы».

В 2020 году, в связи с осложнившейся эпидемиологической обстановкой в мире, были отменены классические офлайн-мероприятия программы «Футбол для дружбы». Было решено перенести все активности программы в онлайн-формат и разработать цифровую платформу «Футбол для дружбы», частью которой стала Многопользовательская онлайн-игра Football for Friendship World как наиболее понятный и привлекательный инструмент дистанционного обучения и общения между юными участниками цифрового поколения [6].

Успех реализации ежегодной международной социальной программы подтверждается не только расширением направлений, но и увеличением иных показателей. Материалом исследования яви-

лись отчеты по реализации Международной детской социальной программы Football For Friendship. Так, в таблице 1 представлена динамика основных количественных показателей реализации программы в период за 2018–2021 гг. [7].

Данные в таблице свидетельствуют о том, что онлайн-формат способствует повышению охвата аудитории и значительному увеличению количества мероприятий со 180 до 374 за 3 года. Несмотря на трудности, более 15 000 участников смогли принять участие в соревнованиях онлайн, что на 9 000 больше чем в офлайн. Онлайн влияет на вовлеченность СМИ: в 2020 году на мероприятии присутствовало в 12 раз больше журналистов, чем в 2018 году.

Стоит отметить, что проект установил Мировой рекорд Гиннеса: за наибольшее число пользователей на виртуальном стадионе в 2021 году (1112 участников).

Анализ проведенных мероприятий в рамках детской социальной программы показал, что спортивные мероприятия возможно провести в онлайн-формате даже успешнее, чем в офлайн. Однако важна также качественная организация, низкие технические требования для участия и, конечно, вовлеченная команда.

Онлайн- и офлайн-мероприятия обладают рядом трудностей и рисков, которые необходимо учесть и преодолеть. Поэтому в качестве рекомендации по нивелированию рисков обоих форматов предлагается проводить гибридные мероприятия. Их специфика состоит в возможности очного и дистанционного участия в событии. Такой формат позволит взять лучшее из онлайн и офлайн-инструментов.

Библиографический список

1. **Кривонос А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А.** Основы теории связей с общественностью. — СПб.: Питер, 2010. — 384 с.
2. COVID-19: угрозы и вызовы для событийной индустрии в России. Результаты опроса участников рынка // Выставочный научно-исследовательский центр R&C. — 2020. — 26 с.
3. **Зубкова К. А.** Организация специальных мероприятий в онлайн-формате: возможности и риски // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet». — 2021. — № 11. — С. 80–91.

4. **Кузнецова Ю. А., Ильин О. И.** Массовые онлайн-мероприятия как инструмент преодоления социальной изолированности населения // Теория и практика общественного развития. — 2020. — № 7. — С. 19–26.

5. Футбол для вселенной дружбы URL: <https://footballforfriendship.com/> (дата обращения: 14.03.2022).

6. ПАО «Газпром» и Коммуникационное агентство АГТ // Лучшие социальные проекты России. — 2020. — С. 79.

7. Международная детская социальная программа ПАО «Газпром» «Футбол для дружбы» // Газпром URL: <https://www.gazprom.ru> (дата обращения: 15.03.2022).

Бахаева Оксана Алексеевна — бакалавр; Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: bahaeva.oksana@mail.ru. Тел.: +7(921) 585-95-98.

Голятина Яна Анатольевна — бакалавр; Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: iana.goliatina@mail.ru. Тел.: +7(905) 259-72-14.

Зорина Екатерина Андреевна — бакалавр; Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: zarya_1202@mail.ru. Тел.: +7(918) 640-15-96.

УДК 659.44

Аделина Витальевна Бороздина
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ВОВЛЕКАЮЩИЙ КОНТЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ПРОФСОЮЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ СПБПУ)

Аннотация. Актуальность представленного исследования обусловлена тем фактором, что в начале 2020-х годов сохраняется тенденция к управлению внешними и внутренними коммуникациями организаций через

инструментарий SMM, в частности, с помощью использования вовлекающего контента. В данной статье изучен опыт коммуникативной деятельности Профсоюзной организации обучающихся СПбПУ в социальной сети «ВКонтакте». Определены основные задачи и инструменты SMM. Акцентировано внимание на необходимости применения вовлекающего маркетинга в онлайн-среде с целью продвижения бренда студенческих органов самоуправления и студенческих объединений. В качестве методов исследования были использованы: метод сравнительного анализа, контент-анализ, проведен опрос студентов СПбПУ на предмет восприятия ими деятельности Профсоюзной организации университета через ее представление в группах в социальной сети «ВКонтакте».

Ключевые слова: вовлекающий контент, SMM, молодёжные медиа, лояльность к бренду.

Adelina V. Borozdina
Peter the Great Saint Petersburg
Polytechnic University

INVOLVING CONTENT AS A TOOL FOR ORGANIZATION PROMOTION (ON THE EXAMPLE OF SOCIAL NETWORKS OF SPbPU STUDENTS TRADE UNION ORGANIZATION)

Abstract. the relevance of this research is based on the continuation of the trend in the early 2020s in management of external and internal communications of organizations through SMM tools, in particular, through the use of engaging content. In this article the experience of the communicative activity of the Trade Union Organization of students of SPbPU in the social network «VKontakte» is studied. The main SMM tools and mechanics are identified. Attention is focused on the need of using of engaging marketing in order to promote the brand of student self-government bodies and student associations. The following research methods were used: the method of comparative analysis, content analysis, a survey of SPbPU students. The survey was conducted in order to find out the attitude of students to the engaging content of the Trade Union Organization of SPbPU students on the social network «VKontakte».

Keywords: engaging content, SMM, the youth media, brand loyalty.

В 2020-е гг. значительная часть организаций уделяет особое внимание формированию и реализации своих коммуникационных стратегий. Одним из наиболее перспективных коммуника-

тивных направлений является использование маркетинга в социальных сетях. Под социальными сетями понимаются сервисы на интернет-платформах, которые позволяют компаниям напрямую общаться с целевыми аудиториями, транслировать свои ценности и, используя набирающие популярность инструменты SMM (Social Media Marketing), повышать уровень лояльности к своему бренду. Как отмечают Л. И. Евсеева и П. С. Осипова, принципиальная особенность SMM состоит в том, что он работает на перспективу, формируя позитивный образ бренда в глазах его аудитории [1, с. 88]. Именно поэтому данный инструментальный онлайн-маркетинг является актуальным для многих компаний. В данной статье будет изучен опыт использования инструментов SMM и вовлекающего контента молодёжными медиа Профсоюзной организации обучающихся СПбПУ.

При изучении целевой аудитории и выборе площадок для продвижения каждой организации необходимо акцентировать внимание на том, что самое важное — это выбрать такие инструменты, которые будут способствовать созданию позитивного имиджа и положительной репутации у целевой аудитории бренда. В данном случае целевая аудитория — студенты Санкт-Петербургского Политехнического университета Петра Великого, которым необходимо быть в курсе важных событий в сфере активной общественной деятельности Профсоюзной организации СПбПУ (далее ПРОФ). Именно социальные сети как каналы коммуникации являются основным инструментом ПРОФа для привлечения внимания студенческого сообщества к своей деятельности.

Чтобы понять, для чего молодёжным организациям необходимы социальные сети, проанализируем основные задачи SMM. К ним относятся:

- информирование о деятельности организации;
- продвижение бренда организации;
- повышение уровня лояльности к бренду организации;
- увеличение посещаемости социальных сетей организации [2].

В рамках изучения инструментария SMM стоит упомянуть о важности использования разнообразных типов контента. Контент

— понятие, которое широко распространилось с развитием интернета, хотя оно и имеет более широкое определение и применимо к многим сферам. В переводе с английского языка content означает «содержание». Когда речь идет о контенте, чаще всего подразумевается текст. Фотографии, картинки, видео- и аудиофайлы причисляются к медиаконтенту [3].

К основным типам контента в социальных сетях относятся:

- информационный;
- полезный;
- продающий;
- вовлекающий/развлекательный [4].

Важность использования инструментов SMM и размещения различных типов контента студенческими организациями обусловлена тем, что молодёжные медиа в значительной степени формируют информационную повестку университета и студенческого сообщества, продвигают тен-

денции популяризации актива студенческой жизни, способствуют медиаграмотности молодого поколения [5].

Именно поэтому пресс-служба Профсоюзной организации обучающихся СПбПУ уделяет особое внимание развитию своих социальных сетей и в рамках своей деятельности использует следующие виды контента:

- информационный (анонсы мероприятий, новости ПРОФа и университета, анонсы отборов на студенческие выезды и др.);
- полезный (статьи с различными советами от акти-

вистов ПРОФа; материалы о правилах подачи документов для получения материальной помощи; публикации с правилами заполнения документов для выхода в академический отпуск и другие материалы)

— вовлекающий (посты с использованием интерактивных элементов; специальные проекты в видеоформате; ситуационный контент, который студенты активно комментируют и делятся им на своих личных страницах в социальных сетях и другие материалы).

Ключевым в вышеупомянутом списке является вовлекающий контент. Благодаря использованию механик вовлекающего маркетинга пресс-служба ПРОФа создает внутри своих социальных сетей те условия, которые способствуют возникновению устойчивой мотивации студентов к общению и получению полезной информации в интерактивных формах. Примеры использования инструментов вовлекающего контента в группе ПРОФа «ВКонтакте» представлены на рис. 1 и рис. 2.

Важность использования вовлекающего маркетинга в молодёжных медиа обусловлена тем, что вовлекающие инструменты напрямую влияют на продвижение бренда студенческих органов самоуправления и студенческих объединений. Представители студенческого сообщества больше доверяют организации, если она активно освещает свою деятельность в официальных группах и пабликах в социальных сетях, и считают наиболее эффективным в коммуникативном плане именно вовлекающий контент. Это под-



Рис. 1. Вовлекающий контент от ПРОФа в группе «ВКонтакте»

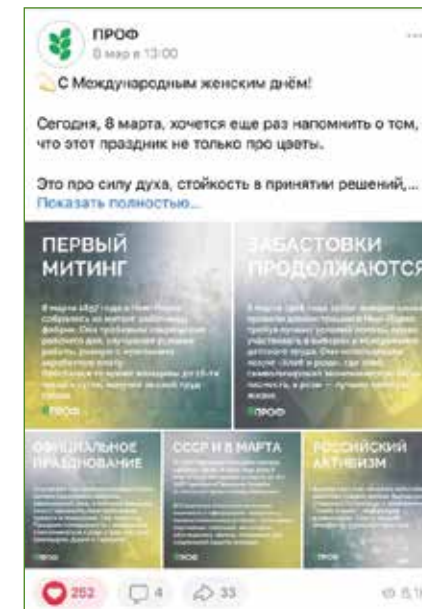


Рис. 2. Вовлекающий контент от ПРОФа в группе «ВКонтакте»

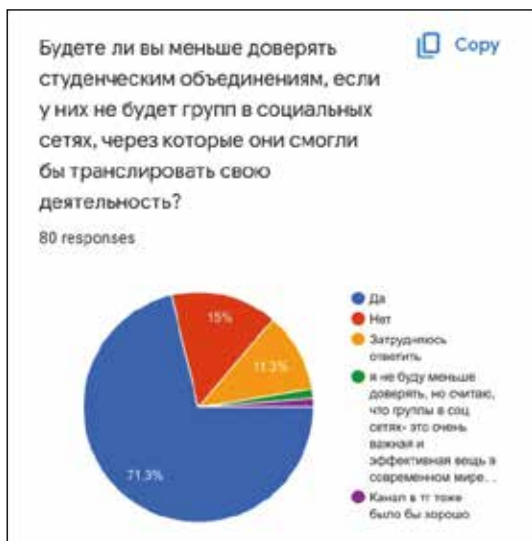


Рис. 3. Результаты опроса студентов

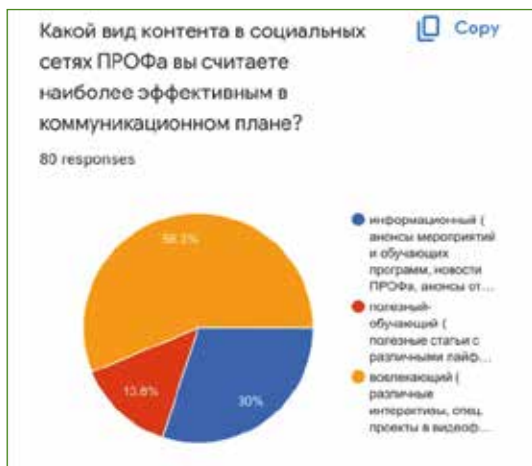


Рис. 4. Результаты опроса студентов

Потому что контент мне нравится, то, на что хочется реагировать, то, что хочется обсудить с другом

Потому что информация представлена интересно и это может быть полезно моим друзьям и одногруппникам

Потому что он правда интересный, у него крутой стиль, хочется этим делиться!!

Рис. 5. Комментарии студентов

тверждают результаты опроса, проведённого среди обучающихся Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого (рис. 3, рис. 4).

Кроме этого, студенты Политехнического осознают тот факт, что инструменты вовлекающего контента помогают лучше понять задачи и цели ПРОФа. Отдельные комментарии студентов при проведении опроса подтверждают тот факт, что вовлекающий контент — это то, чем хочется делиться с друзьями (рис. 5).

В заключение необходимо отметить, что в современных реалиях организациям, которые хотят завоевать внимание своей целевой аудитории, стать к ней ближе и повысить уровень лояльности к своему бренду, необходимо уделять особое внимание использованию инструментов SMM и механик вовлекающего контента.

Органам студенческого самоуправления стоит задуматься о разработке коммуникационных стратегий, в рамках которых могут быть реализованы важнейшие задачи: продвижение деятельности студенческого актива, популяризация своего направления работы, формирование информационной повестки вуза.

Библиографический список

1. Евсеева Л. И., Осипова П. С. Социальные сети как инструмент продвижения бренда // Технологии PR и рекламы в современном обществе. — СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2018. С. 85–92.
2. Что такое SMM и зачем нужен маркетинг в социальных сетях // Портал skillbox.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/> (дата обращения – 16.03.2022).
3. Павленко Т. С. Понятие «Контент»: типология, виды и технология получения дидактического контента в образовательном процессе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2017. № 10 (123) — С. 31–35.
4. Виды контента // Портал [blog.calltouch.ru](https://blog.calltouch.ru/vidy-i-tipy-kontenta/) [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.calltouch.ru/vidy-i-tipy-kontenta/> (дата обращения - 18.03.2022)
5. Бачерикова Е. Г. Интернет-медиа как инструмент реализации молодежной политики // Материалы ежегодной научно-практической конференции «Социально-гуманитарные коммуникации в системе современных международных отношений». — М.: Издательство института международных социально-гуманитарных связей, 2016. — С. 38–45.

Бороздина Аделина Витальевна — бакалавр, кафедра «Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: adelinaborozdina@yandex.ru.

УДК 316.7

*Дарья Александровна Гусева,
Ирина Борисовна Захарова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПОЛИТИЗАЦИЯ COVID-19 В ЦИФРОВЫХ МЕДИА США

Аннотация. В данной статье исследуется уровень политизации и поляризации новостных публикаций о COVID-19 в американских СМИ в период с марта по май 2020 года включительно. Использование методики

контент-анализа с применением компьютерных технологий позволило определить, что освещение в американских СМИ пандемии новой коронавирусной инфекции в выбранный период оказалось в значительной мере политизировано. Было выявлено, что политики в качестве экспертов упоминаются в статьях чаще, чем ученые. Выдвинуто предположение о том, что высокая степень политизации и поляризации при освещении в медиа первых волн COVID-19 способствовали сегментации и разобщению американского общества в отношении к пандемии.

Ключевые слова: COVID-19, политизация, поляризация, СМИ, освещение в медиа.

*Daria A. Guseva,
Irina B. Zakharova*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

POLITICIZATION OF COVID-19 IN THE US DIGITAL MEDIA

Abstract. This article examines the level of politicization and polarization of news publications about COVID-19 in the American media in the period from March to May 2020 inclusive. The use of content analysis techniques using computer technology allowed us to determine that the coverage in the American media of the pandemic of a new coronavirus infection in the selected period turned out to be largely politicized. It was revealed that politicians as experts are mentioned in articles more often than scientists. It is suggested that the high degree of politicization and polarization in the media coverage of the first waves of COVID-19 contributed to the segmentation and separation of American society in relation to the pandemic.

Keywords: COVID-19, politicization, polarization, mass media, media coverage.

С конца 2019 и до февраля 2022 года в медиа-повестке господствовал вирус COVID-19: сколько заражений выявлено за день, какие новые виды вируса обнаружены, какие ограничительные меры вводятся или снимаются государствами и т. д. Широкое и продолжительное освещение вируса в медиа породило явление, которой ВОЗ дало наименование «инфодемия» [1]. Данный термин явля-

ется порождением слов «информация» и «эпидемия» и означает быстрое и всестороннее распространение как достоверной, так и недостоверной информации о COVID-19. Значительные потоки информации становится трудно фильтровать и выявлять в потоке новостей так называемые фейк-ньюс.

Одним из атрибутов «инфодемии» является политизация вируса COVID-19 политическими лидерами и медиа. Под политизацией в данной статье понимается использование и искажение информации с целью продвижения тех или иных политических и идеологических идей. Одним из основных способов политизации вируса в указанный период явилось подчеркивание в информационных сообщениях новизны вируса, недостаточного понимания вирусологами и эпидемиологами сущности новой инфекции, моделей и скорости ее распространения. Данные факторы способствовали цели посеять сомнения среди общественности в существовании какого-либо научного консенсуса относительно природы вируса. Политизация науки может препятствовать научному прогрессу и/или ограничивать положительные последствия, которые возникают, когда люди отвергают обоснованные и полезные научные рекомендации.

Противоречивые партийные сообщения распространялись медиа с начала массового распространения вируса. Например, в США несколько популярных правых СМИ предположили, что вирус на самом деле не представляет серьезной угрозы для здоровья. Вместо этого они утверждали, что освещение серьезности вируса вводит население в заблуждение, является заговором китайского правительства с целью нанести ущерб экономике США и распространить панику и снизить шансы президента Д. Трампа на переизбрание [2]. Во время вспышки COVID-19 Fox News с гораздо большей частотой, чем CNN или MSNBC, включали в информационные сообщения фразы, вызывающие скептицизм по поводу опасности вируса. Такие выражения как «обычный грипп», «политическое оружие» и «паника от гриппа», регулярно использовались в информационных публикациях с 1 февраля по 30 апреля 2020 г. [3]. Д. Трамп в эфире телеканала заявлял о том, что COVID-19 — это очередная мистификация и обвинял партию демократов в ис-

пользовании вируса в своих целях. Специалисты говорят о том, что непонимание серьезности ситуации предопределило неудачу в борьбе с пандемией [4].

Эмпирический материал исследования составили онлайн-публикации о COVID-19 на официальных сайтах региональных и национальных газет: USA Today, Washington Post, Philadelphia Inquirer, New York Times, Los Angeles Times, Minneapolis Star-Tribune и The Atlanta Journal-Constitution с января по май 2020 года.

Выборка осуществлялась посредством поиска статей, в которых не менее трех раз использовались такие слова, как covid, coronavirus и corona. Было выявлено 6 985 публикаций, в которых упоминается COVID-19 не менее трех раз. Из всех найденных публикаций, было отобрано по 10 статей каждого издания за каждые 5 дней.

Анализ политизации COVID-19 основан на методологии С. Чинна. Суть подхода исследователя состоит в том, что политизация измеряется частотой упоминания политических деятелей в новостных статьях [5].

В дополнение к нашей оценке политизации, которая отражает присутствие или отсутствие политических деятелей, мы изучаем частоту, с которой ученые упоминаются в новостях о COVID-19. В то время как статья может быть политизирована независимо от упоминания или отсутствия упоминаний ученых, сравнение того,

Слова	
Covid-19	["corona," "coronavirus," "covid"]
Ученые	["scientist," "research," "professor"], "health official," "doctor," "dr," "health commission," "expert," "health leader," "health service," "health authority," "world health organization," "centers for disease control and prevention," "cdc," "national institutes of health," "health and human services," "mayo clinic," "johns hopkins," "fauci," "birx," "tedros"
Республиканцы	["republican," "gop," "conservative"], "trump," "pence," "mcconnell," "white house," "administration"
Демократы	["democrat," "liberal," "progressives"], "pelosi," "schumer," "biden," "obama," "newsom," "whitmer," "cuomo," "biden," "sanders"

Рис. 1. Выборка ключевых слов



Рис. 2. Динамика упоминаний

как часто упоминаются партийные деятели и ученые, дает представление о степени, в которой новостные статьи сосредоточены на научных аспектах проблемы.

Черные линии на рис. 2 означают упоминания политиков, а серые линии – упоминания ученых.

Мы измерили поляризацию, используя подход С. Чинна [3], с опорой на инструмент машинного исследования Wordfish [6]. Wordfish оценивает частоту упоминания слов в каждом документе, а затем присваивает веса словам на основе частоты упоминаний ключевых слов. Процедура Wordfish присваивает каждому документу оценку по скрытому измерению и степень, в которой эти оценки коррелируют с партийностью. Это является мерой поляризации, на которой сосредоточен фокус данного исследования.

На рис. 2 видно, что уровень политизации контента молниеносно возрос марте 2020 года, примерно в то время, когда министерством здравоохранения США была объявлена чрезвычайная ситуация в стране, и оставался повышенным в течение всего периода анализа. В этот период упоминания о политических деятелях в информационных материалах значительно увеличиваются, но ча-

стота упоминаний ученых остается довольно постоянной на протяжении всего периода анализа.

Многие политические силы пытались разными способами использовать происходящий кризис для своих целей. Результатом такой политизации стала поляризация самого общества. Сторонники разных партий имели разную степень соблюдения ограничений, введенных правительством для снижения темпов распространения инфекции.

Освещение COVID-19 в средствах массовой информации уже не является столь динамичным и, конечно, не имеет такой частоты освещения после февраля 2022 г. Настоящее исследование представляет собой тщательный анализ того, как первоначальное освещение COVID-19 было политизировано и поляризовано.

Библиографический список

1. World Health Organization. WHO Timeline – COVID-19. – 2020. URL: <https://www.who.int/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline—covid-19>.
2. Hart P. S., Chinn S., Soroka S. Politicization and polarization in COVID-19 news coverage // *Sci Commun.* – 2020. – P. 679–697.
3. Motta M., Stecula D., Farhart C. How right-leaning media coverage of COVID-19 facilitated the spread of misinformation in the early stages of the pandemic in the U.S // *Can J Pol Sci.* – 2020. – P. 335–342.
4. Ash E., Galletta S., Hangartner D., Margalit Y., Pinna M. The effect of fox news on health behavior during COVID-19 // *SocArXiv.* – 2020.
5. Chinn S., Hart P. S., Soroka S. Politicization and polarization in climate change news content, 1985-2017 // *Science Communication* – 42 (1) – 2020 – P. 112–129.
6. Slapin J. B., Proksch S.-O. A scaling model for estimating time-series party positions from texts // *American Journal of Political Science.* – 52 – (3) – 2008 – P. 705–722.

Гусева Дарья Александровна – магистрант, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: dariagusevaa@gmail.com.

Захарова Ирина Борисовна – доцент, к.ф.н; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; г. Санкт-Петербург. E-mail: iriza63@mail.ru.

*Кирилл Александрович Дьяконов,
Александра Владимировна Ежова,
Нина Александровна Романовская*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

КАРЬЕРА В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ВЫБОР БУДУЩИХ PR-СПЕЦИАЛИСТОВ

Аннотация. Статья посвящена изучению отношения будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью к работе в некоммерческих организациях. В отличие от коммерческих компаний, особый социально-правовой статус НКО требует индивидуального подхода к мотивации потенциальных сотрудников. Сбор информации об уровне знаний и опыте взаимодействия студентов с третьим сектором поможет привлечь квалифицированных специалистов в описываемую сферу. Исследование подготовлено с опорой на опросный метод. Авторами определены основные мотивы студентов-рекламистов для продвижения НКО, сформулированы причины избегания обучающимися этой профессиональной сферы, даны рекомендации по привлечению молодых специалистов по коммуникациям в третий сектор.

Ключевые слова: некоммерческие организации (НКО), карьера, профессиональная мотивация, реклама и связи с общественностью, PR-специалист.

*Kirill A. Dyakonov,
Alexandra V. Ezhova,
Nina A. Romanovskaya*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

CAREER IN NON-PROFIT ORGANIZATIONS AS A PROFESSIONAL CHOICE OF FUTURE PR SPECIALISTS

Abstract. The article is devoted to the study of the attitude of future advertising and public relations specialists to work in non-profit organizations.

Unlike commercial companies, the special socio-legal status of NGOs requires an individual approach to the motivation of potential employees. Collecting information about the level of knowledge and experience of students' interaction with NGOs will help attract qualified specialists to the described area. The study was prepared based on the survey method. The authors identify the main motives of students' advertising to promote NGOs, formulate the reasons why students avoid this professional sphere, give recommendations on attracting young communication specialists to NGOs.

Keywords: non-profit organizations, career, professional motivation, advertising and public relations, pr specialist.

В статье рассматривается проблема выбора НКО как места для трудоустройства будущих рекламистов и PR-специалистов. Объектом исследования является позиция студентов относительно перспектив развития карьеры в некоммерческих организациях, а предметом — карьера в НКО как профессиональный выбор будущих PR-специалистов. Цель исследования состоит в разработке рекомендаций по привлечению начинающих специалистов по рекламе и PR в некоммерческие организации.

Задачи работы:

1. Сбор информации об уровне знаний и опыте взаимодействия студентов с НКО.
2. Определение основных мотивов начинающих специалистов для продвижения НКО.
3. Формулирование причин избегания данной профессиональной сферы.

Некоммерческая организация (НКО) не ставит извлечение прибыли основной целью своей деятельности и не распределяет полученную прибыль между участниками [1]. В исследовании используется синоним понятия НКО — «третий сектор». Организация должна иметь юридическую регистрацию [2, с. 6].

Население не слишком активно участвует в общественной деятельности, в том числе в формате НКО. А. Д. Пилипенко предполагает, что это происходит «Отчасти потому, что существует довольно слабая артикуляция позиции некоммерческих организаций, информированности об их деятельности. Большую роль играет и

сама специфика общественной деятельности — её добровольность и безвозмездность» [4]. Население, удовлетворённое условиями своего существования, с большей вероятностью будет готово уделять внимание общественному участию и проявлять гражданскую заботу [5, с. 339].

Сотрудничество НКО со специалистами в сфере рекламы и PR поможет развить маркетинговую и коммуникационную составляющие некоммерческой отрасли, вывести конкурентоспособность российских НКО на новый уровень [6].

С целью мониторинга уровня взаимодействия молодых специалистов с третьим сектором был проведён опрос 53 студентов направления «Реклама и связи с общественностью». Данные собирались с 14.03.2022 по 17.03.2022.

При изучении ответов на вопрос, в котором респондентам было предложено оценить их уровень знаний о работе НКО, были выявлены следующие закономерности (рис. 1).

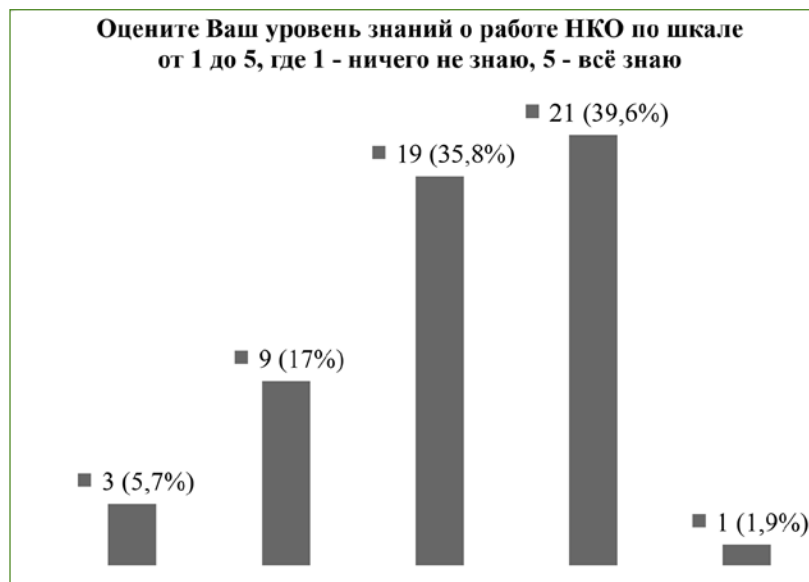


Рис. 1. Уровень знаний респондентов о работе НКО

1. Всего 1,9% опрошенных назвали свои познания об НКО «идеальными».

2. 5,7% студентов не знакомы с некоммерческой сферой, а 17% обладают скудными сведениями о деятельности организаций такого рода.

3. Примерно равное количество респондентов (около 38%) считают свою осведомлённость о работе НКО хорошей или средней.

Опрос показал, что 60,4% студентов хотят работать в сфере продвижения НКО; 7,5% — работают или работали в таких организациях, 32,1% опрошенных не готовы к трудоустройству в качестве рекламистов и PR-специалистов в описываемые организации. Таким образом, большинство респондентов не исключает НКО из списка мест для будущего трудоустройства (рис. 2).

Авторы спросили студентов о барьерах и стимулах, которые влияют на их решение работать над продвижением НКО. Выявлено, что основными критериями мотивации являются возможность приобрести опыт, личная социальная ответственность и желание



Рис. 2. Мотивация для продвижения НКО

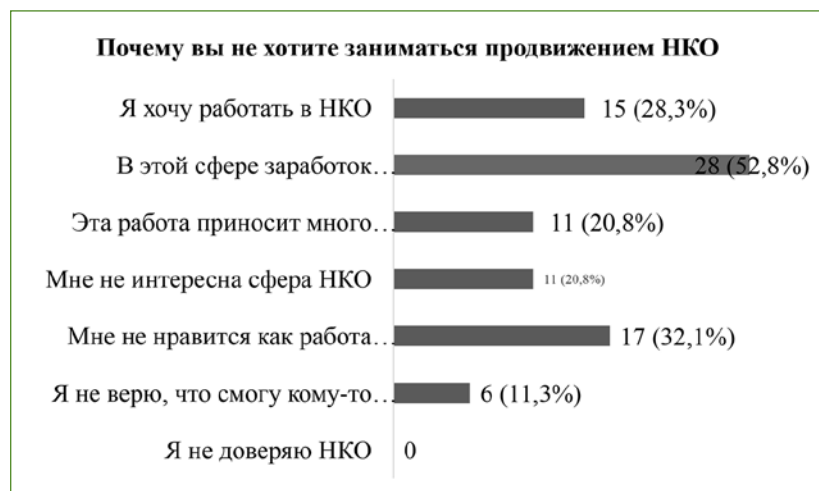


Рис. 3. Опасения при продвижении НКО

изменить мир к лучшему. Однако 52 % опрошенных отметили, что заработок в НКО отсутствует или ограничен, а 32,1% опрошенных оказались недовольны регулированием деятельности НКО в России. Примечательно, что никто из респондентов не выбрал ответ «Я не доверяю НКО» (рис. 3).

Подводя итоги проделанной работы, можно сделать следующие выводы:

1. Некоммерческая сфера нуждается в большей огласке.
2. Хотя студенты невысоко оценивают свои знания о работе НКО, большинство хотело бы работать над их продвижением, в том числе ради получения опыта.
3. Около половины опрошенных студентов останавливает отсутствие достаточного заработка в данной сфере.

Решить поставленные проблемы может большее информационное освещение некоммерческими организациями своей работы, информирование потенциальных сотрудников таких организаций о преимуществах сотрудничества с НКО. Необходимо вести более открытую коммуникационную политику, рассказывать о достижениях

сотрудников, повышать лояльность к общественным организациям, мотивировать будущих PR-специалистов. Государству следует распространять информацию об НКО путем проведения социально значимых мероприятий с участием НКО в качестве соорганизаторов, подготовки социальных роликов, осуществления финансовой поддержки зарплатного фонда общественных организаций.

Библиографический список

1. Закон Российской Федерации «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 № 7-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой информации. — 2022 г. — Ст. 2 с изм. и допол. в ред. от 02.07.2021.
2. Кириллова В. Л. PR в некоммерческом секторе. — М.—Берлин: Директ-Медиа, 2015.
3. Тресков А. П. Гражданское общество: истоки, понятие и признаки // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. — 2012. — № 1.— С. 86–90.
4. Алябьева С. А. Отношения НКО и государства — концепт «Гражданское общество» на региональном уровне // Вестник Тамбовск. гос. ун-та им. Г.Р. Державина. — 2011. — № 11. — С. 336–339.
5. Пилипенко А. Д. Перспективы возрастания роли социально ориентированных некоммерческих организаций (СО НКО) в развитии российского гражданского общества // РСМ. 202. — № 4 (113). — С. 228–239.
6. Панасенко С. В. Комплексный анализ стратегических факторов внешней и внутренней среды некоммерческих организаций // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия «Экономика». — 2005. — № 2. С. 121–124.

Дьяконов Кирилл Александрович — бакалавр, Высшая школа рекламы и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: dyakonov.k@edu.spbstu.ru.

Ежова Александра Владимировна — бакалавр, Высшая школа рекламы и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: ezhova.av@edu.spbstu.ru.

Романовская Нина Александровна — бакалавр, Высшая школа рекламы и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: romanovskaya.na@edu.spbstu.ru.

Екатерина Алексеевна Жесткина
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ: РОЛЬ ВНУТРИКОРПОРАТИВНОГО PR

Аннотация. Целью статьи является теоретический анализ изучения проблемы информационно-коммуникативного сопровождения деятельности организаций и роли в этом процессе внутрикорпоративного PR. В конкурентном мире развитый внутрикорпоративный PR – одна из самых важных составляющих успешного будущего компании, как на основном рынке, так и на рынке труда. Чрезвычайной актуальностью внутрикорпоративный PR пользуется в условиях кризиса в организациях. В связи с этим особое внимание в статье уделено информационно-коммуникативному обеспечению управленческих решений и методам влияния на общественное мнение. Также затрагивается проблема кадровой конкуренции. В целом подчеркивается важность вложений в развитие внутрикорпоративного PR для демонстрации высокого уровня развития компании и грамотности ее руководства.

Ключевые слова: внутрикорпоративный PR, информационно-коммуникативное сопровождение, общественное мнение.

Ekaterina A. Zhestkina
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

INFORMATION AND COMMUNICATION SUPPORT FOR COMPANY OPERATIONS: THE ROLE OF INTRA-CORPORATE PR

Abstract. The aim of the article is to theoretically analyze the problem of information and communication support for company operations and the role of intra-corporate PR in this process. In a competitive world, well-developed intra-corporate PR is important components of a company's successful future, both

in the main market and in the labor market. Intra-corporate PR is extremely relevant in times of crisis in organizations. In this regard, the article pays special attention to information and communication support for management decisions and methods to influence public opinion. In general, the importance of investing in the development of intra-corporate PR was emphasized.

Keywords: intra-corporate PR, information and communication support, public opinion.

В современном мире, глобализация на рынке труда и, как следствие, трудовая миграция, заставляют российские компании намного больше внимания уделять их положению на рынке работодателей. *Проблема* исследования состоит в том, что так как представление компании на рынке труда является, по большей части, задачей внешнего PR, многие руководители организаций не считают важным параллельно также активно вкладываться в развитие внутрикорпоративного PR, тем самым совершая ошибку.

Даже, если компания не заинтересована в привлечении новых сотрудников, развитие внутреннего PR все равно является очень важным вложением в будущее организации.

Методологию исследования составляет теоретический анализ изучения проблемы информационно-коммуникативного сопровождения деятельности компаний и роли внутрикорпоративного PR в этом процессе.

В результате исследования выявлено, что выделяют две области связей с общественностью – внутренний PR и внешний PR. Каждая из этих областей преследует свои задачи, представленные на рис. 1 [1].

В первую очередь, развитый внутренний PR очень помогает фирме в кризисных ситуациях. Ведь в беде познаются не только друзья, но и сотрудники компании. Итак, что же такое внутренний или внутрикорпоративный PR.

Внутрикорпоративный PR – это действия, направленные на формирование и развитие некоей общей системы взаимоотношений внутри фирмы для последующего простого контакта и обмена информацией между сотрудниками, а также для необходимого информационного воздействия на них.

Внешний PR	Внутренний PR
<ul style="list-style-type: none"> • Формирование и развитие бренда организации; • Создание и поддержание хорошего имиджа компании; • Выстраивание и поддержание связей с конкурентами, клиентами, партнерами, представителями СМИ и т.д. 	<ul style="list-style-type: none"> • Формирование и укрепление корпоративной культуры; • Построение и развитие внутрикорпоративных коммуникаций; • Повышение и укрепление уровня лояльности персонала.

Рис. 1. Задачи внутреннего и внешнего PR

В условиях кризиса самой востребованной задачей внутреннего PR является информационное сопровождение действий руководства компании, оно же информационно-коммуникативное обеспечение управленческих решений. Главной целью информационно-коммуникативного обеспечения управленческих решений, как пишет профессор А.Д. Кривоносов, является формирование у соответствующих целевых групп персонала организации положительного мнения о тех решениях, которые планирует принять руководство компании. Также часто главная цель информационно-коммуникативного обеспечения может сводиться к максимальному сокращению негативных последствий, которые могут быть вызваны действиями тех сотрудников организации, чьи интересы серьезно ущемляются из-за принятых руководством компании решений. Например, сокращение или увольнение сотрудника, при неправильном информационно-коммуникационном обеспечении или при его отсутствии, может в дальнейшем повлечь за собой репутационные потери для компании на рынке труда и не только.

Для того, чтобы реализовать цели информационно-коммуникативного обеспечения, необходимо выполнить ряд следующих задач:

– выявить те целевые группы работников компании, чьи интересы будут затронуты или ущемлены в результате принятия планируемых руководителями компании решений;

– у выявленных групп персонала компании изучить и проанализировать общественное мнение на предмет предполагаемых изменений в организации;

– составить план информационно-коммуникативного взаимодействия с коллективом;

– оценить эффективность проведенных информационно-коммуникативных мероприятий, а также спрогнозировать принятие целевыми группами сотрудников предстоящих решений, планируемых руководством организации [2].

В результате успешного выполнения вышеупомянутых задач руководство компании получает представление о состоянии общественного мнения по вопросу планируемых решений, а значит может предпринять меры по изменению общественного мнения для минимизации негативных последствий после принятия решений.

Для изменения общественного мнения стоит иметь представление о методах, которые позволяют на него влиять.

Первый метод – это внушение. Внушение представляет собой способ воздействия, при котором объект, находящийся под воздействием, пассивно усваивает и воспринимает информацию и идеи, не обдумывая и не осмысляя их критически. Успех внушения зависит от силы доверия объекта воздействия к тому, кто внушает какую-либо информацию. Данный метод лучше всего работает на этапе формирования общественного мнения [3].

Заражение – это также хороший метод, позволяющий стабилизировать или изменить общественное мнение, особенно в условиях кризиса и волнений среди общественности. Заражение возникает благодаря влиянию личного примера.

Метод подражания в целом является важным не только для успешного формирования или влияния на общественное мнение, но и для формирования норм морали и поведения человека. Это некое следование образцу, примеру [4].

Одним из самых значимых методов влияния на общественное мнение по праву можно считать убеждение. Оно возникает под влиянием особых фактов индивидуального, группового и общественного сознания на основании конкретных идей, которые вы-

ражают соответствующее отношение человека к социальной действительности [5].

Безусловно, каждый из вышеописанных методов важен для успешного влияния на общественное мнение, которое, в зависимости от направления, может как помочь организации, так и стать причиной проблем.

Как видно из того, что было описано выше, развитый внутрикорпоративный PR важен для уверенности компании в успешном решении кризисных ситуаций, так как внутренний PR помогает не только грамотно преподнести решения руководства, но и произвести комплексную работу с общественным мнением.

Еще одной причиной актуальности вложения компании в развитие внутреннего PR и внутрикорпоративных коммуникаций является конкуренция за хорошие кадры. Любой работодатель хочет, чтобы в его компании работали только лучшие из лучших, но при этом не любой работодатель занимается развитием внутренних коммуникаций.

На данный момент конкуренция за кадры больше всего затрагивает ИТ-отрасль, банковскую сферу, а также сферы логистики, такси и телекоммуникаций. Заработная плата специалистов этих отраслей не имеет существенной разницы во всех компаниях, а это значит, что потенциальные сотрудники больше обращают внимание на внутреннюю жизнь фирмы, то есть на ее корпоративную культуру и внутрикорпоративные коммуникации. Согласно мнению экспертов, в ситуации с подобным выбором на первое место будущий работник ставит возможность реализации своего профессионального и творческого потенциала. Далее идет профессиональный рост, участие и внимание компании к личным проблемам сотрудников. И только в последнюю очередь человек обращает внимание на уровень зарплаты [6].

Из этого следует вывод о том, что для привлечения лучших кадров компании необходима развитая корпоративная культура внутрикорпоративные коммуникации и внутренний PR.

В заключение отмечу, что в целом успешная и крепкая компания – это, в первую очередь, ее сотрудники и их уровень удовлетво-

ренности местом работы, а, соответственно, и немаловажной сферой их жизни. Для того, чтобы люди в организации действительно были силой, помогающей компании идти вперед, грамотный руководитель должен понимать, как важно уделять внимание коммуникациям в компании, формировать корпоративную культуру, развивать внутрикорпоративные коммуникации. Вкладываться необходимо не только во внешний бренд и репутацию компании на ее профильном рынке, то есть во внешний PR и рекламу. Возможно, даже более особое внимание необходимо уделить внутреннему PR, ведь все начинается с вас, а вы – это ваша фирма и ваши сотрудники.

Библиографический список

1. **Полякова Н. Н.** Связи с общественностью: цели и технологии // Политика, экономика и инновации. 2016. – №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/svyazi-s-obschestvennostyu-tseli-i-tehnologii> (дата обращения 21.03.2022).
2. Коммуникационные технологии XXI века. К десятилетию кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ: коллективная монография / под ред. проф. А.Д. Кривоносова. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – 147 с.
3. **Папкина О. В.** Связи с общественностью. – М.: Академия, 2014. – 112 с.
4. **Прохоров А. В., Пядышева Т. Г.** Теория и практика рекламной и PR-деятельности. – Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2017. – 397 с.
5. **Пядышева Т. Г.** Методы влияния на общественное мнение // Вестник Тамбовского университета. Серия Общественные науки. Тамбов, 2017. – Т. 3. – Вып. 4 (12). – С. 77–85.
6. **Широкова И.** Внутрикорпоративный PR на российском фармрынке // Ремедиум. – 2007. – № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrikorporativnyy-pr-na-rossiyskom-farmrynke> (дата обращения 22.03.2022).

Жесткина Екатерина Алексеевна – бакалавр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: zhestkinakate@mail.ru.

*Анна Андреевна Жуковская,
Елизавета Вячеславовна Сушкова*
Липецкий государственный
педагогический университет
имени П. П. Семенова-Тян-Шанского

ПРОБЛЕМА ЗАВИСИМОСТИ ПОДРОСТКОВ ОТ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ

Аннотация. Статья посвящена проблеме влияния социальных сетей на подростков. Выявлены положительные и отрицательные стороны, возможные пути решения.

Интернет прочно вошел в нашу жизнь. Уже с раннего детства ребенок сталкивается с интернетом и посещает различные сайты. Подростки получают доступ к социальным сетям и расширяют возможности общения. Но всегда ли такое общение полезно? Виртуальное общение начинает замещать реальное, школьники не понимают, зачем разговаривать, выходя на улицу, гулять, если можно общаться в интернете сидя дома. Не все могут признать, что зависимы от социальных сетей, хотя одним из признаков является то, что пользователю необходимо проверить свою страницу несколько десятков раз в день.

Ключевые слова: социальные сети, общение, влияние, подростки.

*Anna A. Zhukovskaya,
Elizaveta V. Sushkova*
Lipetsk State Pedagogical University
named after P. P. Semenov-Tyan-Shansky

THE PROBLEM OF TEENAGERS' DEPENDENCE ON SOCIAL NETWORKS AND WAYS TO SOLVE IT

Abstract. The article is devoted to the problem of the influence of social networks on teenagers. The positive and negative sides, possible solutions are revealed.

The Internet has firmly entered our lives. Since early childhood, the child encounters the Internet and visits various sites. Teenagers gain access to social networks and expand communication opportunities. But is such communication

always useful? Virtual communication begins to replace real communication, schoolchildren do not understand why they should talk when going out, walking, if they can communicate on the Internet while sitting at home. Not everyone can admit that they are addicted to social networks, although one of the signs is that the user needs to check his page several dozen times a day.

Keywords: social networks, communication, influence, teenagers.

В настоящее время люди все чаще обращаются к социальным сетям и предпочитают общение в интернете.

Изначально социальная сеть была определена как структура, в которой все ее члены взаимодействуют между собой, т.е. каждый член будет взаимодействовать со всеми участниками. Данный термин был введен социологом Джеймсом Барнсом. Сейчас же социальную сеть называют площадки для виртуального общения [1].

Первым упоминанием «социальных сетей» стал роман В. Ф. Одоевского «4338-й год: Петербургские письма». В этом произведении описание автором мира похоже на современные реалии.

Зарождение социальных сетей началось в 1969 году с появлением интернета. Первый портал Classmates.com был создан в 1995 году, в нем можно было найти своих одноклассников, однокурсников, пользователи получали доступ к каталогу выпускников учебных заведений. Далее мир социальных сетей стал стремительно развиваться и появились привычные нам платформы.

Социальная сеть — это многопользовательская система, которая является средством общения, размещения и просмотра различных файлов, поиска уже знакомых людей или новых знакомств [4].

Спрос на социальные сети настолько возрос, что многие не представляют себе жизнь без них. Современные подростки и социальные сети стали неразделимы, ведь они дают возможность заводить новых друзей, увлекаться хобби и узнавать много новой информации.

Примерно в возрасте 11–12 лет начинается погружение в виртуальный мир, «живое» общение переходит на второй план. Еще несколько лет назад можно было увидеть кричащих, веселых детей во дворах домов, которые были увлечены разными видами спор-

та, играми в компании или просто разговорами на разные темы. Сейчас же дети все больше времени проводят с гаджетами, их плотили социальные сети.

Говоря об общении в социальных сетях, подросток видит лишь внешнюю сторону этого процесса, но задумывается ли он о том, что скрывается за ширмой этого виртуального общения. Не всегда можно оценить с кем имеешь дело и кто скрывается за милой фотографией в профиле. Такие искусственные друзья лишают подростков истинной дружбы.

Одной из проблем современного мира является зависимость от социальных сетей. Бессмысленное времяпрепровождение в интернете, просмотр фото и многое другое приводит к тому, что снижается мозговая деятельность. Вместо того чтобы увлечь себя хобби, чтением книг – подростки получают ненужную информацию. Вследствие чего появляются проблемы в учебе, общении с родителями и т. д. [2].

Общение в социальных сетях имеет ряд характеристик [3]:

- анонимность, собеседник не всегда знаком, что позволяет создать определенный образ, который совсем не будет похож на человека из реальной жизни;

- отсутствие эмоционального общения, мимика, жестов и других средств вербального общения, как следствие – появление асоциальных личностей;

- самостоятельность в выборе собеседника через знакомство с новыми людьми, возобновлении общения с людьми, с которыми были потеряны связи или отказ от общения с кем-либо по различным причинам;

- легкодоступность информации, которая не всегда дает положительный эффект, так как зачастую является мнением отдельного человека или группы людей (распространение «фейков»).

Социальные сети стали мощным рычагом влияния на подростков, на их взгляды. Школа, семья, сверстники ушли на второй план. Подростков больше привлекает виртуальный мир, они убегают в социальные сети от реальных проблем и не замечают, как становятся зависимыми.

Также появилась серьезная проблема оскудения языка. Общаясь в социальных сетях все больше стали использоваться сокращения слов, чтобы как можно быстрее отправить сообщение. Собеседник, конечно, поймет, что вы хотели сказать, но данные сокращения переходят и в обыденную речь пользователя. Снижение грамотности еще одна проблема. Читая информацию, подростки впитывают всю орфографию сетевого общения.

Вместо отдыха школьники погружаются в мир социальных сетей. Проводя много времени в интернете ухудшается здоровье, а в частности, снижается зрение, появляются проблемы со сном, раздражительность и агрессия, также снижается активность в аккаунте или просто не работает пространство.

Участились случаи подростковой депрессии. Выкладывая фото или посты, пользователи пытаются показать себя лучше. У школьников появляются комплексы на фоне «идеала». Появляется озлобленность, связанная с «хорошей» жизнью человека, но никто не знает истинного лица человека за обложкой, его чувств, переживаний.

Подводя итог, хочется еще раз отметить, что социальные сети никогда не заменят реального общения. Подростки, находясь в социальных сетях, привыкают к виртуальному общению, что приводит к сложностям в завязывании реального общения со сверстниками.

В связи со всем вышесказанным необходимо отметить роль школы и семьи в решении этой сложной проблемы.

Роль семьи в решении данной проблемы переоценить невозможно. Но нужно помнить, что жесткий способ решения – это вариант, который может усугубить проблемную ситуацию. Наиболее эффективным было бы применение следующих мер:

- установка взаимопонимания между родителями и ребенком за счет обсуждения и помощи в решении различных жизненных ситуаций с учетом индивидуальности, чувств и эмоций ребенка;

- увеличение времени реального общения с друзьями, одноклассниками, родителями за счет новых способов времяпрепровождения (спорт, хобби, активные игры на природе, путешествия и т. д.);

– контроль над временем пребывания в социальных сетях с помощью специальных программ;

– организация четкого распорядка дня: учеба, «живое» общение, общение в социальных сетях и др.

Также помочь в решении проблемы зависимости от социальных сетей может образовательное учреждение, ведь большое количество времени дети проводят именно в школе. В этом случае роль школы в использовании социальных сетей может заключаться в организации:

– площадки для создания различных образовательных проектов, которые помогут повысить эффективность усвоения знаний, умений и навыков по тому или иному предмету [5];

– средства общения между учениками класса, что поможет установить благоприятный климат в группе и повысить интерес к обучению;

– виртуального клуба, который объединит учеников из разных регионов страны для обмена знаниями, создания совместных проектов и участия в образовательных конкурсах.

Только совместная работа семьи и школы в решении обозначенной проблемы позволит сформировать у детей способность самостоятельно мыслить, добывать и применять знания, тщательно обдумывать принимаемые решения, четко планировать действия, а также эффективно сотрудничать в разнообразных по составу и профилю группах, соответствующим их личным интересам.

Библиографический список

1. **Винник Д. В.** Социальные сети как феномен организации общества // Философия науки. – 2012. – № 4 (55). – С. 110–126.

2. **Митичева Т. И., Маслова В. С.** Проблема активности молодежи в социальных сообществах Интернет-сети // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 5(95). – С. 126–128.

3. **Виноградова Т. Ю.** Специфика общения в Интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. – 2004. – С. 63–67.

4. **Алтухова С. О.** Проектная деятельность как средство формирования критического мышления // Мастер-класс. – 2021. – № 9. – С. 23–27.

5. **Белова А. Е.** Влияние социальных сетей на молодежь // Научные аспекты современных исследований: сборник статей Международной научно-практической конференции (под ред. Сукиасяна А.А.). – Уфа: РИО МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2015. – С. 330–331.

Жуковская Анна Андреевна – бакалавр; студентка; кафедра «Математики и физики»; ФГБОУ ВО «Липецкий государственный педагогический университет имени П.П.Семенова-Тян-Шанского»; город Липецк. E-mail: Zhukovskaya2000.com@yandex.ru. Тел.: +79103526041.

Сушкова Елизавета Вячеславовна – бакалавр; студентка; кафедра «Математики и физики»; ФГБОУ ВО «Липецкий государственный педагогический университет имени П.П.Семенова-Тян-Шанского»; город Липецк. E-mail: gtyubv@mail.ru. Тел.: +79042813261.

Научный руководитель: **Алтухова Светлана Олеговна** – кандидат педагогических наук, доцент ФГБОУ ВО «Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского», доцент кафедры информатики, информационных технологий и защиты информации; город Липецк. E-mail: sv_altuhova@mail.ru.

УДК 359

Софья Евгеньевна Калужная
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

РЕКЛАМНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ «ПУШКИНСКАЯ КАРТА»

Аннотация. Рассмотрены рекламные баннеры социально-культурной программы «Пушкинская карта», которые представила АНО «Национальные приоритеты». Данное исследование является актуальным, так как проект был запущен 1 сентября 2021 года по инициативе Президента РФ В. В. Путина и имеет большой потенциал, потому что проект направлен на культурное воспитание молодежи. Помимо анализа визуальных материалов, в статье представлены результаты собственного исследования – опроса студентов Санкт-Петербургского политехнического

университета Петра Великого. В результате этого исследования получены данные о популярности программы, количестве участников, канал информирования о социально-культурном проекте «Пушкинская карта» и воздействии цветов, использованных в рекламных баннерах, на целевую аудиторию.

Ключевые слова: Пушкинская карта, социально-культурная программа, вести себя культурно, Министерство культуры.

Sofia E. Kalyuzhnaya
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

ADVERTISING POSITIONING OF THE SOCIO-CULTURAL PROGRAM FOR YOUNG PEOPLE «PUSHKIN MAP»

Abstract. The advertising banners of the socio-cultural program «Pushkin Map», which were presented by the ANO «National Priorities», are considered. This research is relevant, since the project was launched on September 1, 2021 at the initiative of Russian President Vladimir Putin and has great potential, because the project is aimed at cultural education of young people. In addition to the analysis of visual materials, the article presents the results of its own research - a survey of students of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University. As a result of this study, data were obtained on the popularity of the program, the number of participants, the channel for informing about the socio-cultural project «Pushkin Map» and the impact of colors used in advertising banners on the target audience.

Keywords: Pushkin Map, socio-cultural program, behave culturally, Ministry of Culture.

По инициативе Президента РФ В. В. Путина 1 сентября 2021 года появилась новая культурная программа, ориентированная на культурное воспитание молодежи, «Пушкинская карта». Данная программа является проектом Министерства культуры, Министерства цифрового развития и имеет финансового оператора «Почта Банк». В рамках данной программы молодые люди, в возрастном диапазоне, от 14 до 22 лет могут приобретать билеты в театры, музеи и концертные залы на денежные средства, кото-

рые выделило государство. Денежные средства автоматически начисляются один раз в год на специальные виртуальные банковские карты, при желании можно оформить реальные карты в филиалах финансового оператора «Почта Банк» [1]. В 2021 году на каждую банковскую карту было начислено 3000 рублей. В 2022 году сумма была увеличена на 66% и составила 5000 рублей. В программе принимает участие более 3000 федеральных, региональных и частных учреждений культуры [2].

АНО «Национальные приоритеты» представила рекламную кампанию по продвижению социально-культурной программы «Пушкинская карта» [3]. Перед «Национальные проекты» стояла задача создать актуальную рекламную кампанию, ориентированную на ЦА. В качестве слогана была выбрана фраза «Веди себя культурно», «Веди себя культурно. Хоть в музей, хоть в театр — Пушкин платит». В центре рекламной кампании использовали образ великого поэта А. С. Пушкин, но в современной цветовой



Рис. 1. Уже в сентябре

интерпретации [4]. В качестве каналов информирования были выбраны: социальные сети, ТВ и наружная реклама.

Цветовые ассоциации формируются на ранних этапах человеческого развития, все спектральные цвета вызывают физиологические реакции. Цвет воздействует на физиологические процессы человека и на его психологическое состояние [5, с. 31]. Отдельно взятый цвет или сочетание цветов могут вызвать различные цветовые ассоциации, они делятся на физические и эмоциональные. К физическим цветовым ассоциациям относятся температурные, акустические и весовые, а к эмоциональным цветовым ассоциациям относятся: позитивные, негативные и нейтральные ассоциации. Лица мужского пола предпочитают выбирать ахроматические оттенки: черный, серый, белый, коричневый. Представители женского пола предпочитают яркие тона, такие как: красный, желтый, зеленый [6, с. 14–15].

На рис. 1 «Уже в сентябре» использован темный фон и контрастный неоновый розовый, зеленый и белый цвета, так же на рекламном баннере имеется традиционный бюст поэта, изображенные «Пушкинская карта».

Выбранные цвета привлекают внимание, так как ассоциации с черным цветом, выбранным в качестве фона, вызывают у целевой аудитории (ЦА) ощущение элегантности, престижности и благородности. Использован розовый цвет насыщенных тонов для бюста поэта, он ассоциируется со счастьем, любовью, возбуждающий цвет любви, который оказывает большое влияние на женскую аудиторию, так как исторически женщины искали легкую пищу (ягоды, грибы), помогая добытчикам-мужчинам. Женский пол реагирует на красный цвет значительно быстрее мужского пола [7]. Зеленый текст вызывает согласие с утверждением, что благополучно сказывается на принятии решения потребителя, миролюбивость и здоровье, это связано с наличием хлорофилла в траве и листьях. Белый текст на черном фоне привлекает внимание за счёт противоположности цветов. Текст, написанный белыми буквами, ассоциируется с чистотой, невинностью, гармонией и духовностью.

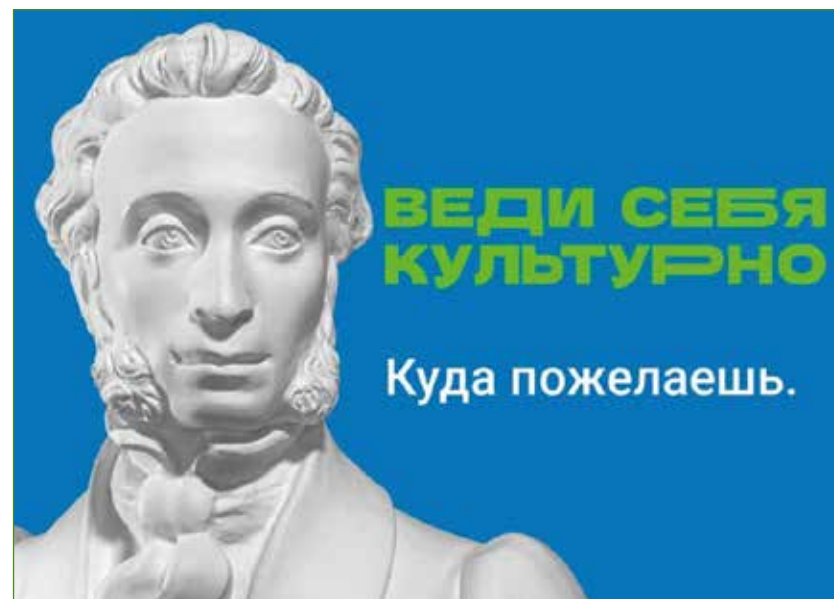


Рис. 2. Веди себя культурно куда пожелаешь

На рис. 2 «Веди себя культурно куда пожелаешь» использован яркий фон и контрастный неоновый зеленый и белый цвета, так же на рекламном баннере имеется традиционный бюст поэта.

Выбранные цвета (синий и белый) для данного баннера ассоциируются с достоинством, спокойствием, богатством и надежностью, на контрасте с синим изображен бюст поэта белого цвета, который проводит аналогию с чистотой, гармонией, безопасностью, также сочетания белого и синих оттенков вызывает ассоциацию с небом. Крупный зеленого цвета текст вызывает согласие с утверждением у потребителя на рефлексном уровне [8, с. 140].

По результату анализа рекламных баннеров социально-культурного «Пушкинская карта» выявлено, что цветовое решение было выбрано для привлечения внимания ЦА, посредством подсознательного эмоционального ассоциативного ряда, использова-

ния классического образа поэта, с помощью гендерного воздействия на ЦА цветowych инструментов, единый слоган.

Было проведено собственное исследование, которое прошло 33 респондента являющиеся студентами Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого из них 24 человека (72,7%) – представители женского пола и 9 человек (27,3%) – представители мужского пола, в возрастном диапазоне от 19 до 23 лет.

Все опрошенные студенты знают о социально-культурном проекте «Пушкинская карта». Однако, участниками программы «Пушкинская карта» являются всего 42,4% опрошенных студентов.

Большинство респондентов (48,5%) узнали о культурной программе «Пушкинская карта» из социальных сетей, так же многие выбрали варианты ответа «Из СМИ» (27,3%) и «Наружная реклама» (9,1%). В предложенном варианте «Другое» 3 человека (9%) в различных формулировках указали источник информации о программе друзей.

Далее респондентам было предложено выбрать один из баннеров, которые ранее были рассмотрены в статье. Рекламные баннеры были пронумерованы следующим образом: черный баннер имел номер 1, голубой баннер имел номер 2. Большинство опрошенных (70,7%) предпочли баннер под номером 1, 29,3% респондентов выбрали баннер номер 2.

Исходя из результатов собственного исследования, все опрошенные, являются студентами Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, знают о социально-культурном проекте «Пушкинская карта». Однако, участниками программы являются меньше половины (42,4%) опрошенных. 48,5% указали источником информации о проекте «Пушкинская карта» социальные сети, что говорит о хорошей настройке таргетированной рекламы и удачном канале для коммуникации с ЦА, так же многие (27,3%) выбрали вариант «Из СМИ». Так как большинство респондентов (72,7%) являются представителями женского пола, можно сделать предположение, что баннер под номером 1, черный с яркими розовыми элементами и зеленым текстом, привлек больше внимания (70,7%). Данный показатель говорит о грамотном подборе цветов и гендерном воздействии на ЦА.

Библиографический список

1. Госуслуги. Пушкинская карта: [Электронный ресурс]. URL: https://www.gosuslugi.ru/help/faq/pushkin_card/100830 (дата обращения 20.03.2022).

2. Методические рекомендации для учреждений культуры - участников программы «Пушкинская карта»: [Электронный ресурс]. URL: https://pro.culture.ru/documentation/pushkin_card.pdf (дата обращения 20.03.2022).

3. Культура РФ. Пушкинская карта: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.culture.ru/pushkinskaya-karta> (дата обращения 20.03.2022).

4. Веди себя культурно: «Национальные приоритеты» разработали промо «Пушкинской карты»: [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru/publication/natsionalnye-prioritety-50713.html> (дата обращения 20.03.2022).

5. **Зотов А. И.** Проявление типологических особенностей высшей нервной деятельности в динамике зрительных ощущений. — Ленинград, 1965. — 112 с.

6. **Мантикова А. В.** Визуальная коммуникация в телевидении и рекламе : учебное пособие : студентам по специальности 030301 - Психология / А. В. Мантикова. — Абакан : ХГУ, 2017. — 209 с.

7. **Перяшкина А. А.** Воспитательная деятельность в профессиональных образовательных организациях / А. А. Перяшкина // Проблемы современного педагогического образования. 2021. № 71-4. — С. 108–112.

8. **Уварова Л. Н.** Психология цвета в маркетинге / Л. Н. Уварова // E-Scio. 2021. № 1 (52). — С. 138–145.

Каложная Софья Евгеньевна — магистр, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Гуманитарный институт 39.04.01_02 Социологические исследования в рекламе и PR, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: sonay_2014@mail.ru. Тел: +7(999)025-14-16.

Светлана Викторовна Карасюк
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПОНЯТИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СПЕЦИАЛЬНОГО СОБЫТИЯ

Аннотация. Статья посвящена вопросу эффективности проведения специального события в контексте коммуникационной деятельности. Современная трактовка целей проведения специального события определяет специфику проведения специального события, что предполагает комплексный подход к организации события. Комплексный подход в организации предполагает формирование визуального сопровождения, стиля, выбор платформы и формы проведения. Успешное специальное событие требует серьезной подготовки. Необходимо четко определить цель специального события, согласовать ее со всеми заинтересованными сторонами, довести до сведения всех участников подготовки события, а также необходимо определить круг участников и их роли, состав приглашенных участников, разработать детальную программу и сценарий по минутам.

Ключевые слова: специальное событие, коммуникационный процесс, эффективность, сообщение.

Svetlana V. Karassyuk
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

THE CONCEPT OF SPECIAL EVENT EFFECTIVENESS

Abstract. The article is devoted to the effectiveness of the special event in the context of communication activities. The specific of holding a special event implies a comprehensive approach to organizing the event. It is necessary to clearly define the purpose of the special event, agree it with all stakeholders, bring it to the attention of all participants in the preparation of the event, and it is necessary to determine the range of participants and their roles, the composition of invited participants, develop a detailed program and script to the minute.

Keywords: special event, communication process, effectiveness, message.

На сегодняшний день в практике массовых и корпоративных коммуникаций появилось такое направление деятельности как организация и проведение специальных событий.

Специальное событие целенаправленно организуют для трансляции определенных идей, это сообщение, которое выражает и служит достижению информационных, репутационных, имиджевых или иных целей какого-либо сообщества, объединенного определенными предпочтениями и корпоративными взглядами или принципами [1]. Специальные события, являются проектами, которые имеют особое значение для общества и часто используются в практике современных социальных коммуникациях, по этой причине при организации они требуют профессионализма со стороны организаторов.

Проблемой исследования является необходимость информирования организаторов о важности тщательного подхода к проведению специального события. При организации события важно продумать все детали, понять, что для успешного проведения необходима комплексная работа специалистов. Залогом успехом в данном случае будет являться связь множества элементов, начиная от определения целевой аудитории, заканчивая составлением сметы. Необходимо сделать это таким образом, чтобы в итоге аудитории был презентован проект, который заинтересует ее и покажет выполненную работу на высоком уровне.

В современном мире понятие «событие» можно отнести ко многим сферам, начиная от политики и философии, заканчивая миром маркетинга и корпоративных коммуникаций. Для улучшения корпоративных коммуникаций специальное событие может стать действенным способом продвижения идей, формирования взглядов и мнений [2]. Создание событий в наши дни становится нередким явлением, а для того, чтобы понять их эффективность, необходимо понять и изучить механизм их влияния.

Методология. На сегодняшний день специальные события углублено описаны с различных сторон и занимаются решением большого количества задач в современном обществе. Понятие специального события повлекло за собой не только необходимость рассмотрения данного феномена как комплекса мер по продвижению, но и необходимость изучения его коммуникационных особенностей.

Специальное событие является основным элементом событийной коммуникации. Под событийной коммуникацией принято понимать направление деятельности в системе интегрированных корпоративных коммуникаций [3], то есть данный процесс состоит из заранее спланированных мероприятий, целью которых является продвижение определенного объекта, способствующего увеличению стоимости нематериальных активов компании, таких как: лояльность, узнаваемость, имидж, корпоративный стиль и репутация.

Эффективность специального события заключается в выражении его идеи путем подбора его формы, стиля, сюжета, визуального сопровождения. Сила воздействия здесь имеет художественный характер, так как осуществляется через образ или ритуал. Особенность данной технологии заключается в силе образного воздействия, в способности влияния посредством эмоций [4].

Наполнение событий социально-значимыми смыслами дает возможность результативно продвигать идеи, формировать мировоззренческие ориентиры и ценности [5]. При тщательной подготовке к организации внутренних коммуникаций вероятность проведения успешного мероприятия становится выше.

Каждый человек желает ощущать собственную уникальность, социализироваться и испытывать чувство причастности к сообществу, например, корпоративному, именно в таком случае специальное событие обретает особую ценность.

Ранее для людей было привычнее проводить мероприятия в офлайн формате, однако, с развитием технологий, появились возможности проведения мероприятий в онлайн-формате. Все большее количество компаний уделяет особое внимание созданию собственного корпоративного портала, где каждый сотрудник может получить информацию, связаться с коллегами, узнать о предстоящих событиях в компании. К праздникам на корпоративном портале можно продумать специальное событие в виде онлайн-активности, которая поможет разрядить обстановку, напомнить сотрудникам о приближающемся празднике и создать атмосферу товарищества. При организации специального события нужно заранее продумать формат, сроки, визуальное сопровождение. К

новому году актуальным является создание адвент-календаря, несмотря на то что адвент-календари чаще встречаются на рынке B2C, на рынке B2B они также могут являться оригинальным и интересным подарком для коллег или партнеров компании.

При создании специального события в виде запуска адвент-календаря на корпоративном портале важным является создание собственного календаря с нуля. Если созданием адвент-календаря будет заниматься человек, знающий компанию изнутри, например, сотрудник компании или приближенный к компании человек, то адвент-календарь будет продуман до мелочей. При его разработке можно сделать акцент не только на празднике, который отмечает весь мир, но и учесть особо значимые даты компании или дни рождения сотрудников.

Результаты исследования. Специальные события во внутрикорпоративных коммуникациях — это корпоративные события, нацеленные на сотрудников компании. Повышение уровня внутрикорпоративных коммуникаций, путем улучшения микроклимата, сплочения коллектива и создания лояльности, является конечной целью проведения специального события во внутрикорпоративных коммуникациях, к данным специальным событиям относятся:

- деловые внутренние события, такие как: конференции, совещания, семинары;
- корпоративные праздники, такие как: день рождения фирмы, презентации новых товаров и услуг;
- командообразующие мероприятия — тренинги, спортивные соревнования, творческие мероприятия;
- образовательные мероприятия, такие как: вебинары, мастер-классы, выступления приглашенных экспертов.

При разработке специального события выделяют следующие этапы: аналитический и организационный этапы, а также этап реализации и оценки эффективности (рис. 1).

Первой стадией разработки проекта специального мероприятия является аналитическая, включающая в себя оценку нынешней ситуации внешней и внутренней среды компании, анализ ее коммуникационной деятельности, конкурентных позиций, позиционирования

и миссии. Для этого используются различные методы исследований: SWOT и STER анализы, конкурентный анализ и другие.

Второй стадией является организационная. Она подразумевает под собой определение этапов жизненного цикла события, подготовку плана, формирование кадрового обеспечения, разработку креативной идеи и сценария, организацию взаимодействия с партнерами, создание материально-технической базы и планирование бюджета.

Третьей стадией является стадия реализации. Данный этап предполагает медиапланирование, выбор каналов продвижения и анонсирование события, коммуникации до и после события. После реализации события важно подвести итоги, сделать это можно с помощью пост-релизов с информацией о достигнутых результатах и поблагодарить участников за проявленный интерес.



Рис. 1. Стадии разработки специального события

Четвертая стадия – оценка эффективности. Заключительный этап подразумевает под собой оценку эффективности, а именно: качественные и количественные показатели [6].

Заключение. Специальные события являются эффективным способом трансляции определенных сообщений. Они формируют и развивают корпоративную культуру, ее традиции и ценности. В современном мире важно уделять особое внимание коммуникативной составляющей специальных событий. Коммуникационный процесс, выстроенный специальными событиями, является определяющей частью в индивидуальной и коллективной мотивации и формировании общественного мнения.

Библиографический список

1. **Киреев А. Б.** Специальное мероприятие и бренд. Взаимодействие от противного // Event.ru. – 2006. – № 3 (5). – С. 58–63.
2. **Герасимов С. В.** Специальные события в коммуникационном процессе // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история. 2016. – №5 (56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsialnye-sobytiya-v-kommunikatsionnom-protsesse> (дата обращения: 18.03.2022).
3. **Рунова Е., Обломский И.** Роль специальных мероприятий в формировании бренда // Event.ru. – 2008. – № 3 (18). – С. 49–53.
4. **Крысов А.** Special events как конструктор. Часть II. Концепция специального мероприятия // URL: <https://eventmarket.ru/special-events-kak-konstruktor> (дата обращения 20.03.2022).
5. **Ананьева Т.** Организация и проведение специальных мероприятий в рамках выставок // Маркетинговые коммуникации. – 2003. – № 2 (14). – С. 2–7.
6. **Срибная Е. А., Круглова О. И.** Оценка эффективности проектного финансирования // Экономика строительства и природопользования. 2014. – №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-proektnogo-finansirovaniya> (дата обращения: 22.03.2022).

Карасюк Светлана Викторовна – бакалавр, Высшая школа медиа-коммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: krmvsveta@mail.ru.

Динара Азимовна Каримова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДА

Аннотация. Тема брендинга территории с каждым годом становится актуальнее. Помимо крупных городов России, таких как Москва, Санкт-Петербург, Казань, Новосибирск и т.д., к брендингу обращаются средние и мелкие города. Это связано с тем, что благодаря профессионально построенному бренду, населённый пункт может значительно увеличить поток туристов, денежных средств и иного капитала. В условиях возникновения и распространения COVID-19 только города с сильным и проработанным брендом смогут восстановить и наладить туристические, инвестиционные и финансовые потоки. В статье анализируется результат влияния коронавирусной инфекции на разработку бренда территории, определяются основные тенденции в сфере туризма. Изучен механизм разработки бренда в новых реалиях.

Ключевые слова: территориальный бренд, COVID-19, туризм, тренды, конкуренция.

Dinara A. Karimova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

IMPACT OF THE PANDEMIC ON THE FORMATION OF A TERRITORIAL BRAND

Abstract. The topic of territory branding is becoming more relevant every year. In addition to large cities in Russia, such as Moscow, St. Petersburg, Kazan, Novosibirsk, etc., medium and small cities are turning to branding. This is due to the fact that thanks to a professionally built brand, the locality can significantly increase the flow of tourists, cash and other capital. In the context of the emergence and spread of COVID-19, only cities with a strong and well-developed brand will be able to restore and improve tourism, investment and

financial flows. The article analyzes the result of the impact of coronavirus infection on the development of the brand of the territory, identifies the main trends in the field of tourism. The mechanism of brand development in new realities is studied.

Keywords: territorial brand, COVID-19, tourism, trends, competition.

Разработка территориального бренда – это не просто создание логотипа, карты города и другой инфографики. Данный процесс включает в себя комплексный анализ территории и населения, поиск идей и способов улучшить регион, привлечь человеческие, денежные и инвестиционные ресурсы.

С развитием рыночной экономики повышается уровень конкуренции среди территорий. Страны, регионы, города стремятся привлечь инвестиции, финансовые, материальные и человеческие ресурсы.

Сегодня, в условиях возникновения и распространения коронавирусной инфекции, остро встаёт проблема развития и поддержания привлекательности стран, городов и регионов. В постковидный период только города, обладающие сильным глобальным брендом, смогут обеспечить быстрое восстановление туристического потока, инвестиционных и финансовых ресурсов [1].

В результате распространения COVID-19 в стране наблюдается тенденция возросшего спроса на внутренний туризм. Из-за ограничений на выезд за рубеж россияне переориентировались на внутренние направления [2]. И многие регионы столкнулись с проблемами неподготовленности к увеличившемуся потоку туристов, а именно отсутствия гостиниц, плохого благоустройства территории, плохо развитой инфраструктуры города, недостаточной оснащённостью современными технологиями.

Города, которые до возникновения коронавирусной инфекции проделали существенную работу по продвижению бренда своей территории, постарались максимально увеличить охват аудитории и узнаваемость в интернете, оказались в более выгодном положении. Также те территории, которые во время пандемии начали продвижение бренда территории в онлайн-формате (блоги,

статьи, коллаборации с инфлюенсерами и т. д.), смогли увеличить туристический поток после снятия локдауна, поскольку люди уже знали, какие места они хотят посетить.

В постковидную эпоху сформировались следующие тенденции [3]:

- краткосрочные поездки внутри России;
- самостоятельный туризм;
- экологические и лечебные направления, ретриты и так называемая индивидуальная перезагрузка;
- длинные поездки, которые могут быть совмещены с дистанционной работой;
- аутентичные направления;
- развитие коммуникации и продвижение через социальные сети.

Следовательно, усилия регионов должны сосредоточиться на том, чтобы полноценно и с большей эффективностью использовать эти изменения в свою пользу. В новых реалиях становится очевидной необходимость создания сильного территориального бренда, разработка которого должна быть адаптирована к новым вызовам.

В общем виде механизм разработки бренда включает в себя следующие основные этапы [4]:

1. Определение бизнес-идей, целей и задач будущего бренда.
2. Аналитический этап. Анализ текущего состояния региона, сегментация, выявление конкурентных преимуществ, выбор сегмента.
3. Разработка концепции позиционирования бренда.
4. Разработка визуальной айдентики бренда.
5. Формирование имиджа и выбор каналов продвижения бренда.
6. Продвижение и мониторинг.

Аналитический этап является самым важным в постковидное время. Возрастающая конкуренция, изменения в туристической отрасли, изменение отношения к потреблению населением различной продукции — эти тенденции необходимо учитывать при проведении внешнего и внутреннего анализа территории, изучения целевых групп, выявления конкурентных преимуществ.

Процесс разработки концепции бренда территории сложно описать технологически, так как он связан с аккумуляцией большого объема разносторонней информации о городе с последующим возникновением вариантов позиционирования в процессе человеческого мышления [5]. На данном этапе создаются несколько альтернативных концепций, которые тестируются на целевой аудитории и выделяются наиболее предпочтительные.

Популярным направлением стали аутентичные места. Туристы чаще интересуются культурой местности, историей, кухней. Увеличились запросы на посещение необычных мест.

Тренд на оздоровительные поездки породило долгое нахождение в изоляции, перенесение болезни. Отдых с лечением стал особенно востребованным, потому что из-за COVID-19 ухудшилось физическое здоровье практически всех возрастных групп. Также по данным опроса Booking.com путешественников стал интересовать отдых на природе с чистым воздухом и красивыми видами.

Следующая тенденция — забота об экологии. Путешественники чаще стали посещать, и таким образом, экономически поддерживать небольшие города и деревни, выравнивая местную экономику. Туристы отдают предпочтение местам, которые поддерживают экологичность в своём регионе: минимизация и утилизация отходов, использование биотоплива и т. д. — важные элементы, влияющие на выбор потребителя.

В связи с этим для усиления позиционирования территории предпочтение необходимо отдавать именно данным трендам, которые сформировались в постковидный период. Города должны придерживаться экологичности, также стоит уделить большое внимание истории и культуре. Если на территории есть оздоровительные профилактории, санатории, места с красивой природой, то необходимо сделать на этом коммуникационный акцент.

Разработка визуальной айдентики — очень важный этап при создании бренда, так как атрибуты бренда непосредственно отвечают за узнаваемость и запоминаемость города. Благодаря айдентике в сознании потребителей закрепляется ассоциативный

ряд. Технологии айдентики работают с эмоциями и восприятием целевой аудитории.

Атрибуты бренда включают в себя цвета, логотип, фирменный стиль, слоган. Слоган и фирменный стиль должны быть динамичными и привлекательными, чтобы выстроить лояльность к бренду. Они должны отражать ключевую идею территории, включать отличительные признаки, быть яркими и современными.

Выбирая цвета для создания бренда, некоторые специалисты ориентируются на личные вкусы, собственное восприятие и понимание, однако это неправильно. Исследования показывают, что цвет в маркетинге «забирает» на себя около 60% внимания. Цвет способствует усилению доверия к бренду, формированию позитивного отношения. Цветовая гамма помогает сделать бренд заметным и улучшить коммуникацию с целевой аудиторией.

После пандемии люди хотят ощутить радость, комфорт и ясность, что нашло отражение в новых трендах в дизайне. Так, популярными в настоящее время являются успокаивающие, пастельные оттенки, классические и самобытные цвета. Основными тенденциями стали возвращение к 1990-м, минимализм, экологичность.

Следующий этап связан с продвижением бренда территории. Продвижение территории отличается от продвижения товаров в первую очередь тем, что внедряется в городскую инфраструктуру. Таким образом, городское пространство является каналом передачи сообщения.

Ещё одна тенденция, которая сформировалась благодаря локдауну – это совмещение путешествия с работой. Всё большее количество компаний переходит на удалённый формат, при котором работать можно из любой точки страны. Отсюда вытекают запросы туристов на подходящее жильё, оснащённые отели, коворкинги. Следовательно, города должны быть подготовлены к потоку туристов, целью которых являются деловые поездки.

Хорошими инструментами создания образа бренда являются культура, герои, события. Так, Шерлок Холмс ассоциируется как житель Лондона. Благодаря фильму и характеру героя в сознании аудитории формируется образ места, в котором он жил.

В результате пандемии люди стали обращаться к медиа, стриминговым порталам, которые оказывают влияние на выбор места отдыха потребителем. Всемирная туристская организация и Netflix недавно опубликовали совместный отчет, в котором была дана оценка роли кинофильмов и сериалов в качестве драйверов туризма. По прогнозам данный тренд будет усиливаться.

Кроме продвижения бренда путём встраивания его в городскую среду, существуют и стандартные каналы продвижения. К ним относятся:

— обычные виды рекламы. Включают в себя теле- и радиорекламу, печатную и наружную рекламу;

— PR, который даёт возможность демонстрации различных конкурентных особенностей территории, используя сюжеты в журналах, теле- и радиопередачах, которые так же нацелены на разные группы людей;

— стимулирование продаж и прямой маркетинг.

На фоне возникшего кризиса актуальным стало продвижение в социальных сетях. С помощью социальных сетей как инструментов коммуникации решаются основные задачи: диалог с местным населением, укрепление имиджа территории. Актуальным является работа с тревел-блогерами.

Подводя итоги изучения влияния пандемии на формирование бренда территории, можно сделать вывод о необходимости адаптации к новым условиям, к изменившимся потребительским предпочтениям. Сдвиг потребительского поведения требует поиска новых каналов продвижения, коммуникации с аудиторией, создания новой инфраструктуры в городе. Также необходимо уделить внимание позиционированию, которое следует строить на основе новых тенденций.

Библиографический список

1. **Pellesova P.** Globalization and perception of tourism trends by supply and demand // SHS Web of Conferences. — 2020. — Vol. 74. — P. 04019.
2. **Леонидова Е. Г.** Влияние пандемии COVID-19 на сферу туризма в России // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». — 2021. — Т. 19. № 3. — С. 118–131.

3. **Куцева Н. Б.** Индустрия гостеприимства в постковидный период: новая реальность, новые правила // Техничко-технологические проблемы сервиса. — 2021. — №2(56). — С. 79–82.

4. **Шатава Ю. Л., Карпищенко М. Ю.** Механизм разработки бренда территории // Маркетинг и менеджмент инноваций. — 2012. — № 4. — С. 324–329.

5. **Дубейковский В. А.** Комплексное развитие муниципальных образований // Практика муниципального управления. — 2014. — № 2. — С.42–54.

Каримова Динара Азимовна — магистрант, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: d-karimova@mail.ru.

УДК 377.018.48; 364.02

*Диана Евгеньевна Катушенок,
Ольга Юрьевна Бородина,
Мargarita Борисовна Шалумова*
Российский государственный
социальный университет

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ И ИЗРАИЛЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Аннотация. Современное цифровое общество ставит пожилых людей в трудное положение из-за отсутствия навыков использования современной компьютерной техники. Остро данная проблема возникла в период пандемии коронавирусной инфекции, когда пожилые люди оказались в самоизоляции, без возможности общения с родственниками. В период пандемии разрабатывались и внедрялись проекты по обеспечению пожилых людей всем необходимым, в том числе организовывалось обучение компьютерной грамотности. Готовность использовать современные гаджеты для общения отличается у пожилых людей России и Израиля. В России существует ряд проблем, которые связаны с отдалением от столицы — низкое качество Интернет-соединения, меньшее число волонте-

ров, готовых помочь пожилым людям, меньшее количество образовательных программ по обучению компьютерно грамотности.

Ключевые слова: пожилые, социальная помощь, волонтерство, пандемия COVID-19, цифровое общество.

*Diana E. Katushenok,
Olga Y. Borodina,
Margarita B. Shalumova*
Russian State Social University (RSSU)

SOCIAL COMMUNICATIONS OF THE ELDERLY IN A DIGITAL SOCIETY IN RUSSIA AND ISRAEL: COMPARATIVE ANALYSIS

Abstract. Modern digital society puts elderly people in a difficult position due to the lack of skills in using modern computer technology. This problem arose acutely during the coronavirus pandemic, when elderly people found themselves in self-isolation, without the possibility of communicating with relatives. During the pandemic, projects were developed and implemented to provide the elderly with everything they needed, including computer literacy training. The willingness to use modern gadgets for communication differs among the elderly in Russia and Israel. In Russia, there are a number of problems that are associated with distance from the capital — poor Internet connection quality, fewer volunteers willing to help the elderly, fewer educational programs to teach computer literacy.

Keywords: elderly, social assistance, volunteering, COVID-19 pandemic, digital society.

Отличительная особенность современного мира — информатизация и глобализация общества, которая распространяется на все современные сферы жизнедеятельности человека. Тем самым в обиход входят понятия «цифровое» и «информационно-коммуникационное» общество. Данные понятия связаны между собой и обозначают общество, которое применяет компьютерные технологии в различных сферах [1, с. 26].

Коммуникация между людьми приобретает также цифровой характер — имеется возможность общения между людьми, находя-

щимися в разных странах, часовых поясах, независимо от расстояния [2, с. 166].

В связи с этим, актуальным становится вопрос адаптации к цифровому обществу всех категорий людей, независимо от возраста, пола и т. п.

Наиболее актуальной темой выступает тема обучения людей пожилого возраста умению использовать современную технику для того, чтобы свободно чувствовать себя в этом цифровом обществе. В связи с этим создаются и развиваются программы обучения пожилых людей работе с компьютером.

Одной из основных целей обучения пожилых людей умению обращаться с компьютером и иными гаджетами выступает налаживание коммуникации между пожилым человеком и его родственниками, которые территориально находятся далеко от него [3, с. 243].

Особое внимание стоит уделить государственным программам обучения компьютерной грамотности пожилых людей.

На территории России данные программы развиты в территориальных и комплексных центрах социального обслуживания, в домах-интернатах для престарелых, в клубах по интересам и других клубных пространствах. Активно развивается и волонтерская помощь со стороны общественных организаций.

В Израиле данные программы обучения пожилых людей познанию компьютера ведутся также в клубах для пожилых людей, организованных отделами социального обеспечения.

Наиболее активно волонтерские движения в этом направлении стали работать в период пандемии коронавирусной инфекции. Учащиеся, студенты на добровольной основе помогали гражданам пожилого возраста учиться работать с телефонами и компьютерами.

При обучении внимание уделяется таким направлениям, как обращение за помощью в государственные структуры через личные кабинеты и сайты учреждений, заказ продуктов на дом, оплата услуг ЖКХ онлайн, использование мессенджеров и социальных сетей для связи с родственниками.

В г. Москва существует два крупных проекта по обучению компьютерной и информационной грамотности граждан пожилого возраста:

– учебная программа «Азбука интернета», организатором которой стала телекоммуникационная группа ПАО «Ростелеком» и Пенсионный фонд России при поддержке Министерства труда и социальной защиты РФ;

– занятия «Компьютер для пенсионеров», входящие в программу Правительства г. Москвы «Московское долголетие», поддерживаемые грантом мэра Москвы и Комитетом общественных связей и молодежной политики.

Стоит отметить, что развитие компьютерной грамотности для пожилых людей происходит на территории всей страны. Однако степень включения пожилых людей в данные виды обучения разная, в зависимости от региона, и от территориально удаления от столицы. В крупных городах областного значения такие курсы активно применяются и набирают обороты.

Так, в г. Омске обучение основам работы за компьютером и в сети Интернет проходит в Центрах социального обслуживания и в областном Доме Ветеранов педагогического труда, при поддержке Регионального Министерства труда и социального развития, Отделения Пенсионного фонда РФ по Омской области, общественной организации ветеранов педагогического труда.

В израильском городе Беэр-Шева одним из видов обучения компьютерной грамотности выступает кружок «Познание компьютера» при поддержке отделов социального обеспечения, а также «Обучение работе в Интернете», проводимое волонтерским движением.

В период пандемии коронавирусной инфекции и самоизоляции у пожилых появилась значительная проблема – отсутствие живого общения и коммуникации, как с родственниками, так и с друзьями и знакомыми. Кружки, занятия, экскурсии, клубы по интересам перешли на работу в формате «Онлайн». Трудностью в организации данного формата работы с пожилыми выступило неумение пользоваться телефоном и отсутствие технической возможности организовать видеосвязь с пожилым человеком.

В России помочь разобраться с подключением к видеоконференциям пожилым помогали социальные работники, а также добровольцы. Так, была организована Общероссийская акция взаимопомощи «МыВместе». «Ресурсный центр по развитию и поддержке волонтерского движения «Мосволонтер» города Москвы выступил региональным оператором акции [4, с. 349].

Стоит отметить, что в России не было активно развито волонтерское движение по обучению именно умению общаться «онлайн», особенно в отдаленных регионах.

В то же время для налаживания коммуникации между пожилыми людьми и их родственниками, для возможности коммуницировать «онлайн», в Израиле была проведена большая работа, включающая в себя [5]:

Установка ТВ-приставок гражданам пожилого возраста на безвозмездной основе, которые предоставляли доступ к таким направлениям «онлайн» уроков, как: ЛФК, основы правильного питания и диетологии, видео-лекции по решению проблем пожилых (как жить с деменцией, болезнью Альцгеймера и т. п.), онлайн видеоконференции кулинарного клуба и др.

2. Планшеты iPad для одиноких пожилых людей, чьи родственники проживают далеко, на безвозмездной основе (обучение работе с таким планшетом проводилось волонтерами).

3. Организовано обеспечение незрячих граждан пожилого возраста специальными телефонами, оборудованными под их возможности.

При такой разносторонней работе по приобщению граждан пожилого возраста к цифровой коммуникации возникает вопрос желания пожилых людей использовать современную технику.

В связи с этим был проведен опрос граждан пожилого возраста в г. Москва, г. Омске (Россия) и г. Беэр-Шева (Израиль) с целью выявления степени вовлеченности пожилых людей в информационно-коммуникационное пространство, а также готовность к его использованию.

В квотную выборку вошли 60 человек: 20 – пожилые граждане Израиля (г. Беэр-Шева), получающие социальные услуги в фирме

по предоставлению социальных услуг пожилым «Тигбур»; 20 человек – случайно выбранные пожилые люди г. Москвы; 20 – случайно выбранные пожилые люди г. Омска.

Средний возраст опрашиваемых – 65–75 лет. В совокупности было опрошено 45 женщин и 15 мужчин.

Среди опрошенных пожилых людей г. Беэр-Шева 100% используют современные электронные устройства для общения с родственниками и знакомыми. Среди пожилых жителей г. Москвы также активно пользуются современной электронной техникой для общения 90% опрошенных. В г. Омске этот показатель составил 70%.

Насколько охотно граждане пожилого возраста стали пользоваться современными средствами связи, можно представить на графике.

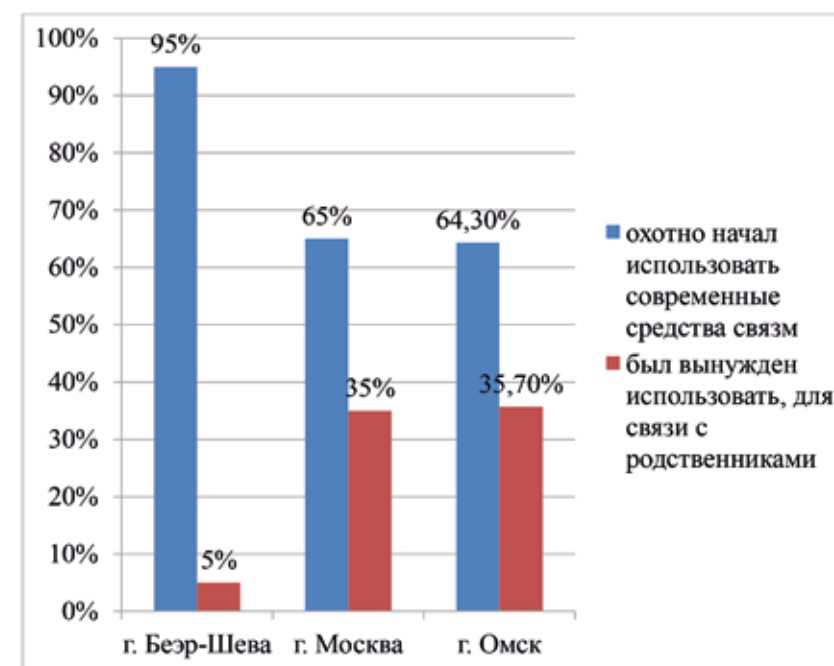


Рис. 1. Желание начать использовать современные средства связи с родственниками и друзьями

Опрошенные граждане прибегали к помощи посторонних для обучения пользованию телефонами, планшетами и компьютерами.

25% пожилых Израиля пользовались помощью волонтеров для обучения работе с гаджетами, 37,5% – помощью родственников (детей, внуков, племянников), 37,5% состояли в кружке по знакомству с компьютером.

В Москве 33,33% пожилых проходили курсы компьютерной грамотности, 50% пользовались помощью родственников, 16,66% воспользовались помощью волонтеров.

В г. Омске же 64,3% опрошенных учились с помощью родных и близких, 35,7% проходили курсы компьютерной грамотности. К помощи волонтеров никто из омичей не прибегал.

Респондентам предлагалось перечислить операции, которые они могут выполнять в Интернете с помощью телефона и компьютера:

- переписываться в мессенджере – 97, 22 %;
- находить необходимую информацию через поисковые системы – 95,8%;
- смотреть онлайн видео-лекции, видео-уроки и т.п. – 48,6%
- записываться на прием к врачу – 41,66%;
- вести страничку в какой-либо социальной сети – 34,7%.
- оплачивать коммунальные услуги – 20,8%.

Таким образом, на основе проведенного опроса, можно сделать вывод о том, что большинство пожилых людей охотно стали использовать новые информационные технологии в Израиле и в г. Москве. Менее охотно использовать начали их в г. Омске: здесь пожилые люди больше вынуждены были пользоваться гаджетами для связи с родственниками и друзьями. Тем не менее, с помощью родственников, пройдя курсы компьютерной грамотности и используя труд волонтеров – пожилые научились и активно используют сеть Интернет для общения, поиска необходимой информации и т. п. Тем самым, можно говорить об успешной интеграции пожилых людей в информационно-коммуникационное пространство. Однако сказываются проблемы отдаленных регионов России

– плохое качество Интернет-соединения, меньшее количество волонтеров, курсов по компьютерной грамотности и др., которые необходимо преодолевать при развитии цифрового равенства.

Библиографический список

1. Гришаева С. А., Куликова О. А. Социально-психологические особенности процесса трансформации социальной структуры общества и процесса коммуникации в цифровом пространстве // Цифровая социология. – 2018. – № 1. – С. 26–34.
2. Девятова С. В., Казарян В. П. Многомерность проблемы коммуникации в цифровом обществе // Российский гуманитарный журнал. – 2020. – № 3. – С. 165–171.
3. Каюгина С. М. Формирование цифровых компетенций у людей «Третьего возраста» // МНКО. – 2020. – №2 (81). – С. 242–244.
4. Шимановская Я. В. Социальная и социально-педагогическая поддержка пожилых людей в период пандемии COVID-19 / Я. В. Шимановская, А. С. Сарычев // ЦИТИСЭ. – 2021. – № 1(27). – С. 346–359.
5. Hanna Köttl, Vera Gallistl. «But at the age of 85? Forget it!». Internalized ageism, a barrier to technology use // Journal of Aging Studies. – 2021. – Vol. 59. – P. 102–109.

Катушенок Диана Евгеньевна – магистрант, факультет социальной работы, Российский государственный социальный университет (РГСУ), Москва, Россия. E-mail: katushenokdiana@gmail.com.

Бородина Ольга Юрьевна – магистрант, факультет социальной работы, Российский государственный социальный университет (РГСУ), Москва, Россия.

Шалумова Маргарита Борисовна – магистрант, факультет социальной работы, Российский государственный социальный университет (РГСУ), Москва, Россия.

*Анастасия Руслановна Ковалёва,
Мария Алексеевна Шилова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ИЗМЕНЕНИЕ КОНФЛИКТА КАК СОЦИАЛЬНОГО ЯВЛЕНИЯ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. Статья посвящена проблеме конфликта в современном обществе и тенденциям его изменения в рамках существующего информационного пространства. Структура статьи позволяет плавно подойти к пониманию, что из себя представляет это социальное явление, исследуя конфликт как таковой не только в настоящем, но и в прошлом через мнения мыслителей различных эпох, которые глубоко изучали проблематику. Без понимания истории вопроса не удастся осознать, насколько иным стал конфликт в современных реалиях. Социальные сети и киберпространство — неотъемлемая часть нашего времени. В статье затрагивается проблематика конфликта в рамках всемирной паутины на личностном и рабочем уровнях.

Ключевые слова: киберпространство, цифровое общество, конфликты.

*Anastasiya R. Kovalyova,
Maria A. Shilova*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

CHANGING CONFLICT AS A SOCIAL PHENOMENON IN A DIGITAL SOCIETY

Abstract. The article is devoted to the conflict in modern society and the trends of its change within the existing information society. The structure allows you to smoothly approach in understanding what a social phenomenon is, tracing the conflict not only in the present, but also in the past through the opinions of people who have deeply studied the topic. The article touches upon communication within the World Wide Web at the personal and working levels, as well as the difficulties that such communication entails.

Keywords: cyberspace, digital society, conflicts

Цифровое общество — наша реальность. Жизнь современного человека неразрывно связана с информационным пространством. Там происходит значительная часть его межличностной коммуникации. Достичь полного понимания во взаимодействии двух людей, не говоря уже о группе лиц, очень сложно. Современный человек стремится защитить свои интересы, быть свободным от давления извне. Что, несомненно, ведет к появлению конфликта как социального явления. Достижения в области информационных технологий и становление информационного общества отразились и на конфликтах в социуме. В данной статье мы постараемся проследить трансформацию конфликтов в межличностной коммуникации и на международном уровне.

Чтобы лучше разобраться в поставленном вопросе, обратимся к методологии конфликта: что вообще он из себя представляет, а также приведем небольшую историческую справку. Это необходимо для более детального погружения в тему. В чем заключается рассматриваемое нами понятие? Конфликт — способ разрешения противоречий, возникающих в процессе взаимодействия субъектов конфликта и сопровождающийся негативными эмоциями [1, с. 75]. Конфликты можно классифицировать по различным принципам. Для раскрытия темы нам необходимо запомнить деление этого социального явления по характеру участников. Конфликты бывают внутриличностные, межличностные, между человеком и группой, между группами. Самые популярные из них, межличностные, активнее всего проявляются в цифровом обществе. Инфраструктура нашей реальности функционирует посредством цифровых технологий (технологий больших данных и искусственного интеллекта, алгоритмов и алгоритмических систем, облачных вычислений и т.д.), а базовой формой организации и социального взаимодействия являются сетевые структуры и платформы [2, с. 114]. Цифровое общество в привычном нам понимании стало появляться в начале XXI века. Что же было до этого периода?

В разных общественных формациях и при разных политических порядках отношение к конфликтам менялось. Философы древнего мира осуждали конфликты, но и утверждали обратное,

«в споре рождается истина». У древних греков термин «конфликт» не употреблялся, но те считали, что жизнь — это противоречие, однако не стоит уделять этому все отведенное время. Позднее марксисты в период классовой борьбы пришли к выводу, что в основе конфликта лежит противостояние между производственными силами и производственными отношениями. Один из представителей этого направления, Бернард Вербер утверждал, что в мире неизбежно будут появляться конфликты, так как это сущность людей. Для подтверждения его громкого заявления обратимся к исторической конфликтологии. «Историческая конфликтология — новое направление научного поиска, ориентированное на всестороннее исследование конфликтов в истории» [3, с. 136]. В прошлом, во времена Средневековья, существовал конфликт как противостояние двух сторон — религиозной и светской культур. В его рамках шла не только борьба, но и продолжалось развитие общества.

Тема статьи — изменение конфликтов на протяжении времени. Анализируя эти трансформации, мы можем обсудить и развитие взглядов и мнений на конфликты философов различных эпох. Так китайский мыслитель Конфуций (551—479 до н. э.) [4, с.112] рассматривал конфликт как постоянное противоборство противоположных сторон, и главными причинами этого явления он считал — корысть, лесть, леность и т. д. Гераклит (540—460 гг. до н. э.) [4, с. 45] — яркий представитель античной эпохи, один из основателей термина «конфликтология», также вывел законы единства и борьбы противоположностей, которые составляют суть и основу любого конфликта. Аристотель (384—322 до н. э.) [4, с. 145] — известный древнегреческий философ, «в основе причин конфликтов видел: неравенство людей в материальной и других сферах, страх, наглость, несходство характеров и т. д.» [5, с. 317]. Во времена средневековья конфликт, как и любая другая сторона жизни человека, тесно увязывался с именем Бога. В Эпоху Возрождения уменьшилось могущество Бога над умами людей, возвысилась роль человека. Английский философ эпохи Ренессанса Томас Мор (1478—1535) выпустил своё произведение «Утопия», где изложил

свои взгляды и представил общество будущего без конфликтов, где нет частной собственности, всё делится поровну между всеми.

В Эпоху Нового времени произошёл подъем экономического и культурного развития, и взгляды на конфликты стали приобретать более систематизированный характер, что воплощалось в различных теориях и концепциях [6, с. 456]. Английский философ Томас Гоббс (1588—1679) изучал проблему конфликта общества и государства и изложил данную теорию в книге «Левиафан» [5, с. 318]. В работе Адама Смита (1723—1790) «Исследования о природе и причинах богатства народов», автор дал глубокий анализ того, что лежит в основе конфликта и определил его как социальное явление. Современное понимание конфликтов значительно отличается от мнений заслуженных умов прошлого.

Рассмотрение заявленной темы невозможно без конкретики. В качестве первого примера обратимся к межличностным конфликтам, которые, как уже было изложено выше, являются самыми распространенными. Сейчас многие рабочие процессы, а также повседневная коммуникация не могут существовать без всемирной паутины. Руководители ставят перед собой задачу подготовки квалифицированных кадров, которые смогут взаимодействовать не только в живую, но и через мессенджеры. Решение рабочих вопросов через эти два канала сильно различается. В виртуальном пространстве человек меняется — и не всегда в лучшую сторону. Появляется все больше разногласий, ведь лицом к лицу собеседники зачастую сдерживают весь накопленный негатив. Люди прячутся за аватарами, велик шанс остаться безнаказанным за обман и грубые слова в адрес другого человека. Происходит ожесточение человека и, как следствие, увеличивается количество конфликтов, которые сложно сдержать в рамках цифрового пространства. То же самое касается не только рабочего процесса, но и простого повседневного общения с близкими, знакомыми и даже незнакомыми людьми. Общение с последними является наиболее конфликтным. Множество людей под никами, не выдающими их личности, часто общаются на форумах, обсуждают актуальные новости, в том числе и политические. Мнение, расходящееся с твоим соб-

ственным, часто вызывает агрессию. А зачем её сдерживать, если понятие имиджа в интернете теряется за анонимностью. Сколько гневных комментариев появляется ежедневно под публикациями авторов, разжигая недовольство их подписчиков. Все это увеличивает уровень агрессии среди людей, которая потом переносится в реальный мир, переставая быть такой безобидной, как может показаться кому-то первый взгляд.

Помимо конфликтов «локальных»: оскорбления на ютубе, споры в обсуждениях и т.д. бывают также масштабные разногласия между группами лиц. В первой четверти XXI века в ряде зарубежных концептуальных и нормативных документов начали употребляться такие термины, как «кибервойна», «киберпространственные боевые действия», «кибератака» и другие, содержание которых предполагает противоборство.

Киберпространство – глобальная сфера в пределах информационного пространства, состоящая из взаимозависимой сети информационных технологических инфраструктур, включая глобальную информационную сеть (ГИС) – Интернет, телекоммуникационные сети, компьютерные системы, а также встроенные в них процессоры и контроллеры [7, с. 320]. Противоборство в киберпространстве является бескровным, не уничтожает окружающую среду и может проявляться через более-менее миролюбивые средства – Интернет, средства телекоммуникаций, информатики, связи и другие. В отличие от устройств, преобразующих энергию или вещество, для кибернетических систем свойственны процессы обработки информации.

В последнее время в киберпространстве экспоненциально обострились конфликты и заняли первое место среди наиболее важных проблем безопасности государств.

Во все большем количестве оценок угроз национальной безопасности кибербезопасность определяется как основная или серьезная угроза безопасности. Ранние стратегии (2006–2013 гг.) безопасности уделяют аналогичное внимание областям, в которых кибербезопасность считается актуальной, т. е. киберпреступности, краже ИТ, шпионажу, саботажу, межгосударственной кибервойной конкуренции или защите критической инфраструктуры.

В последующих стратегиях (2015–2019 гг.) более высокий приоритет отдается актуальности киберпространства для национальной безопасности, в частности угрозе со стороны иностранных субъектов.

Подведем итоги нашего исследования, как изменился конфликт и отношение к нему. Некоторые древнегреческие философы считали конфликт недопустимым явлением, другие ученые как Геродот, наоборот, стали изучать данный феномен. В средневековые негативную коммуникацию считали конфликтом лишь тогда, когда это явление имело отношение к Богу. В 18 веке стали предприниматься попытки понять суть конфликтов, появились новые модели и законы, в 20 веке появился термин «конфликтология». В процессе цифровизации общества конфликты, как явление, появились в киберпространстве, в интернете. В киберпространстве больше распространена борьба за информацию. Она является одной из важных проблем безопасности государств. В интернет-пространстве люди не стесняются оскорблять друг друга, проявляя агрессию, как реакцию на различные взгляды и мнения. Именно в виртуальной среде больше всего происходит столкновений, ведь тут теряется понятие имиджа. Конечно, хорошо, что мы перестали бояться высказывать свое мнение, но всегда надо нести ответственность за свои слова и действия.

Библиографический список

1. **Дмитриев А. В.** Конфликтология: учеб. пособие. М.: Гардарики, 2003. – 320 с.
2. **Добринская Д. Е.** Что такое цифровое общество // Социология науки и технологии. – 2021. – № 2. – с. 112–130.
3. **Маслова И. В.** Историческая конфликтология: новые возможности диалога истории и психологии / И. В. Маслова // Историческая психология государственного управления. – 2015. – № 2. – С. 136–141.
4. Античная философия: хрестоматия / М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования «Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т», Каф. философии; под ред. А. Ю. Григоренко, М. И. Панфиловой, С. И. Тягунова; [сост.: И. Б. Гаврилов и др.]. – Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2015. – 235 с.

5. Дмитриева Ю. В. Эволюция философско-психологических взглядов на конфликт / Ю. В. Дмитриева // Евразийское Научное Объединение. – 2019. – № 4–5(50). – С. 317–319.

6. Человек: мыслители прошлого и настоящего о его жизни, смерти и бессмертии/ сост. П. С. Гуревич.: М.: Республика, 1995 – 526 с.

7. Joint Publication 1-02 Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms, 2010 – 482 с.

Ковалёва Анастасия Руслановна – бакалавр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: 5565090na@gmail.com.

Шилова Мария Алексеевна – бакалавр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: maryshilova38@gmail.com.

УДК 659.1.01

Дарья Сергеевна Колпакова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КОМПАНИИ «COCA-COLA»

Аннотация. Статья посвящена проблеме развития рекламной деятельности. Рекламная деятельность является важнейшей составляющей комплекса маркетинговых коммуникаций. За время существования и развития рекламной сферы сложились ключевые особенности рекламной деятельности. Во-первых, реклама стала чуть ли не единственным проводником для потребителя в условиях сложности и разнообразия выбора предлагаемых товаров и услуг. Во-вторых, основными объектами рекламы по-прежнему остаются название компании (логотип), торговая марка, рекламный слоган. В-третьих, наряду с интернационализацией в современной рекламе все больше учитываются национальные и социокультурные особенности того или иного сегмента рынка, культурные традиции

населения. В статье рассмотрены теоретические аспекты инструментов, а также автором был проведен анализ рекламных приемов компании «Coca-Cola».

Ключевые слова: реклама, потребитель, коммуникация, рекламные инструменты, технологии.

Darya S. Kolpakova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

ADVERTISING TOOLS OF THE «COCA-COLA» COMPANY

Abstract. The article is devoted to the problem of the development of advertising activities. Advertising activity is the most important component of the marketing communications complex. During the existence and development of the advertising sphere, the key features of advertising activity have developed. Firstly, advertising has become almost the only guide for the consumer in terms of the complexity and diversity of the choice of goods and services offered. Secondly, the main objects of advertising are still the company name (logo), trademark, advertising slogan. Thirdly, along with internationalization, modern advertising increasingly takes into account the national and socio-cultural characteristics of a particular market segment, the cultural traditions of the population. The article discusses the theoretical aspects of the tools, and the author analyzed the advertising techniques of the Coca-Cola company.

Keywords: advertising, consumer, communication, advertising.

В современном мире в эпоху цифровых технологий трудно представить общественную жизнь человека без Интернета. Согласно данным «We Are Social», предоставляющей ежегодные отчеты о состоянии сфере **Digital, на 2022 год 62,5%** мирового населения используют Интернет, при этом число пользователей за 2021 год увеличилось на 192 млн. (4%) и составляет 4,95 млрд. человек [1].

Исходя из этого, современная реклама активно погружается в рынок, воздействуя на его различные структурные звенья и уровни. Она затрагивает ассоциации потребителей, оптовых и розничных торговцев и даже предлагает продукты и услуги конкурентам.

На рынке образовательных учреждений – это бизнес-ассоциации, образовательные и исследовательские фонды (в том числе международные) и институты [2].

В зарубежных странах рекламный рынок поддерживается вложениями больших финансовых средств, стимулирует новые креативные продукты и чутко реагирует на изменение вкусов потребителей. Примером может служить реклама известной компании «The Coca-Cola». Совместно с крейтерами из Ogilvy&Mather бренд интегрировался в популярное приложение «Shazam» благодаря интерактивным ситилайтам, ТВ-ролика и радио-рекламе.

Потребители получали возможность виртуально подставить смартфон под льющуюся виртуальную «Coca-Cola», используя приложение «Shazam». В обмен на активное взаимодействие с потребителем, компания предлагала бесплатный напиток в любом супермаркете страны.

В зависимости, из того какую величину и рейтинговую позицию занимает компания на рынке и сколько тратится свободного времени ее директором, рекламистом и маркетологом, можно выбрать любую систему измерения результативности рекламы. Однако, какой конечный результат компании принесет реклама, невозможно спрогнозировать заранее, лишь только признаки косвенных наблюдений помогут руководителю сориентироваться в общей ситуации [3].

Можно выделить ряд приемов, которые были задействованы в рекламной кампании «The Coca-Cola»:

1. Использование приемов прямого воздействия. С самого начала рекламы «Coca-Cola» на экране появляется фраза – «Ads can be delicious» (Реклама может быть вкусной). Основной идеей является то, что человек может сам по телефону наполнить свой стакан в обмен на бесплатный напиток. Нельзя утверждать, что в рекламе газированных напитков можно найти какие-то полезные свойства, но в данной рекламе объектом выступает не стандартная «Coca-Cola», а «Coca-Cola Zero», в которой не содержится сахар.

2. Использование приемов манипулирования. Интернет имеет для рекламы большое значение и является площадкой для обрат-

ной связи, что эффективно использовала компания «Coca-Cola» на примере социальной сети «Twitter»: потребителю необходимо было «твитнуть» и получать взамен бесплатный напиток «Coca-Cola Zero».

Компания освещала рекламу «Coca-Cola» и в журналах. Потребителю требовалось «оторвать стакан» как специальную вкладку из журнала, заполнить его в специальных автоматах, которые были расположены во многих торговых центрах, являющихся хорошо проходимыми точками, а также в супермаркетах сети «Target». В дополнение к этим практикам по штатам США раздавались флаеры, которые давали возможность также выпить напиток бесплатно. В торговых центрах были установлены экраны либо автоматы с постерами стакана «Coca-Cola», потребитель с цифрового приложения «Shazam» мог поднести трубочку и «выпить» напиток с экрана, а после получить настоящий напиток в данном автомате или ближайшем магазине.

3. Использование приемов психологического воздействия, а также когнитивные аспекты рекламного воздействия. Органы чувств включают в себя пять составляющих: обоняние, зрение, слух, осязание и вкус. Каждый из этих пяти составляющих был соблюден в данной рекламе, в их рекламном видеоролике.

Начнем со зрения – потребитель видел бутылку с «Coca-Cola» и наблюдал, как заполнялся напитоком стакан. Вторым следует слух, потребитель слушал, как наливается напиток «Coca-Cola» в стакан. В видеоролике это продемонстрировано на примере рекламы, которую включали по радио и стакан заполнялся со звуком. Далее нужно объединить обоняние, осязание и вкус – три составляющие, которые идут вместе. После всех действий потребитель получает напиток «Coca-Cola», трогая (осязает) бутылку, чувствуя (обоняние) запах и в конце пробует его на вкус напиток «Coca-Cola». Об этом могут подумать не все, однако именно органы чувств передают нам детальную информацию, а то есть, потребители не просто наблюдают за рекламой, но и одновременно подключают все органы чувств.

На рынке компания «The Coca-Cola» испытывает трудность в борьбе за собственного потребителя, несмотря на ее успешную

позицию. Это связано с тем, что имеются и другие лидирующие компании на рынке прохладительных напитков, в особенности отметить стоит отечественных производителей [4].

За последнее время, цифровые инновации затронули не только рекламные инструменты, но также коммуникационную среду. Популярными методами продвижения ранее была наружная и внутренняя реклама, теперь же будущая перспектива для рекламы осуществляется через Интернет [5].

Библиографический список

1. Global Digital 2022: вышел ежегодный отчёт об интернете и социальных сетях — главные цифры // Sostav [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru/publication/we-are-social-i-hootsuite-52472.html> (дата обращения: 29.03.2022).

2. **Панкрухин А. П.** Маркетинг образовательных услуг // Москва: Интерпракс, 1995. — 240 с.

3. **Масленникова О. А.** Анализ рекламной концепции проекта «Coca-Cola Russia 2018 FIFA WC», реализованного PR-агентством UM // Коммунология: электронный научный журнал. 2019. Т. 4. № 1. С. 34–39.

4. **Кетова Н. П., Гранкина Н. Г.** Нестандартные подходы к организации маркетинговой деятельности для продвижения напитков в каналах их продаж // Вестник РГЭУ РИНХ. 2012. №37. С. 219–225.

5. **Кочетова М. В., Сураева М. О.** Инновации в сфере рекламы: последние новшества и перспективы развития // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2021. № 2. С. 140–146.

Колпакова Дарья Сергеевна — магистр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: darinadarinal2@yandex.ru.

УДК 659

Елизавета Александровна Корякина
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

СТРАТЕГИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТУДЕНЧЕСКОГО КОНКУРСА

Аннотация. В данной статье изучены особенности выбора инструментов стратегических коммуникаций для продвижения профессионального студенческого конкурса. Выявлена эффективность использования цифровых каналов коммуникации с целью продвижения студенческих конкурсов в сфере связей с общественностью и массовых коммуникаций.

Ключевые слова: Стратегические коммуникации, студенческий конкурс, социальные сети, корпоративный сайт.

Elizaveta A. Koriakina
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

STRATEGY FOR THE COMMUNICATION CAMPAIGN OF THE PROFESSIONAL STUDENT COMPETITION

Abstract. This article examines the features of choosing strategic communication tools to promote a professional student competition. The effectiveness of using digital communication channels to promote student competitions in the field of public relations and mass communications has been revealed.

Keywords: Strategic communications, student competition, social networks, corporate website.

Специфика организации коммуникационных кампаний студенческих конкурсов имеет определенные трудности: недостаток средств, разная целевая аудитория и, соответственно, разные стратегии продвижения. В связи с этим при стратегическом планировании продвижения студенческих конкурсов возникает основная задача: необходимость постоянного поиска новых креативных и

эффективных методов взаимодействия с целевыми аудиториями. В данной статье проведен анализ имеющихся каналов коммуникации с целью определения наиболее эффективных инструментов продвижения студенческих конкурсов в сфере связей с общественностью.

Коммуникационная кампания — это заранее спланированная совокупность мероприятий, реализация которых предназначена для формирования и поддержания общественного мнения о компании, предприятии, фирме [1].

Для организации данной коммуникационной кампании был выбран Открытый Всероссийский конкурс студенческих работ в области связей с общественностью и медийных технологий «Хрустальный Апельсин».

«Хрустальный Апельсин» — это молодежный образовательный проект, который существует уже 21 год. За это время он завоевал всероссийскую известность и признание. На сегодняшний день Конкурс объединяет тысячи студентов и выпускников вузов из 39 российских городов. По мнению экспертов, он входит в десятку лучших студенческих конкурсов страны и является студенческим конкурсом №1 в индустрии общественных связей и коммуникаций [2].

Имеется широкий спектр инструментов стратегических коммуникаций: внутрикорпоративные и специальные мероприятия, influence-маркетинг, сетевые и корпоративные СМИ, кобрендинг, мультимедийные технологии, интернет-маркетинг (e-mail рассылка, SMM, редизайн сайта), формирование и развитие корпоративной культуры и другие. Основной трудностью является продуманный выбор подходящих каналов коммуникации с целевой аудиторией с учетом особенностей PR-компании.

Н. А. Явдолюк пишет: «Участие в конкурсе даёт возможность заявить о себе профессиональному сообществу, пообщаться с ведущими специалистами в области рекламы, связи с общественностью, маркетинга и представителями академического сообщества. Цель премии — поиск и поддержка выдающихся проектов, и признание лучших специалистов в сфере PR» [3].

На этапе проработки коммуникационной кампании было установлено следующее: Цель: привлечь как можно большее количество студентов Северо-Западного региона России к участию.

Задачи кампании: максимальный охват целевой аудитории, повышение узнаваемости конкурса.

Общая концепция мероприятия предполагает смешанный формат онлайн или офлайн, который включает в себя мастер-классы от ведущих спикеров, экспертов и победителей предыдущих конкурсов.

В ходе мастер-классов и конференций студенты смогут понять, что дает участие в профессиональных студенческих конкурсах, какие существуют бонусы, перспективы, а также возможности для развития.

Целевой аудиторией данного мероприятия являются преподаватели и студенты вузов Северо-Западного региона.

Необходима заблаговременная подготовка к участию в конкурсе.

Поработав с неймингом и имея в запасе «Коммуникационный форум Хрустального Апельсина Северо-Запад», «Начать сейчас — позаботиться о будущем» и «Гран-при или место призера в области PR», было решено остановиться на последнем варианте названия. Для детальной подготовки кампании были установлены временные рамки:

Дата проведения мероприятия: 22 апреля 2022 года

— 1 марта: поиск спикеров, победителей и экспертов;

— 10 марта — 15 марта: поиск места, подготовка оборудования;

— 15 марта — 25 марта: подготовка материалов, их размещение, афиши, объявления;

— 22 апреля: проведение конференции.

Кроме этого, выявлены каналы и инструменты PR-кампании, в ходе которых проанализирован контент, размещаемый конкурсом в социальных сетях во ВКонтакте, а также e-mail-рассылки и хэштеги.

В качестве каналов кампании было решено использовать объявления в вузах, сообщество ВКонтакте и другие социальные сети.

Инструментами кампании выбраны афиши, объявления на страницах социальных платформ, email-рассылка.

Выбор обусловлен тем, что студентов, прежде всего, интересует информация о самом конкурсе. Не всем удобно заходить на сайт, а группы во ВКонтакте и другие смогут облегчить поиск актуальных уведомлений.

В качестве побуждения интереса подписчиков было принято решение ввести рубрику «О Конкурсе», в рамках которой эксперты раскрывают историю создания конкурса, регистрацию на конкурс, рекомендации к написанию работ, темы года, а также бонусы для участников группы.

Отличным примером бонуса для участников может послужить розыгрыш, условием которого будет: «Подписаться на группу во ВКонтакте; сделать репост записи, а также написать в комментариях интересующий материал в сфере рекламы и связей с общественностью».

Так как не все участники розыгрыша на территории Северо-Западного региона могут приехать в Петербург, было принято решение об электронных сертификатах и онлайн подписках на издания и образовательные платформы (Coursera, Skillbox, Netology).

Email-рассылка также выступает отличным примером дополнительного инструмента кампании.

Email-рассылка — это автоматизированная отправка писем по электронной почте определенной группе адресатов. Такой вид коммуникации — важная часть любой маркетинговой кампании, так как позволяет построить доверительные отношения с клиентами и повысить продажи [4].

Продвижение группы во ВКонтакте и непосредственно самого конкурса «Хрустальный Апельсин» может происходить за счет популяризации постов в аккаунтах профильных вузов. Для этого была собрана база университетов Северо-Запада с контактными данными (почтой и телефонами). Следующей задачей коммуникационной кампании данного конкурса является написание писем на почту ректорам или администраторам групп сайтов и социальных сетей, а также звонки в дирекцию университетов. Некото-

рые письма могут быть разосланы на почту или администраторам групп во ВКонтакте.

Основными лицами в качестве спикеров и экспертов будут выступать профессионалы в сфере рекламы и связей с общественностью: преподаватели вузов, руководители рекламных агентств и учредители регионального этапа конкурса. Поиск экспертов и преподавателей, а также предварительная коммуникация будет осуществляться за два месяца до начала мероприятия.

Креативной составляющей может выступить решение PR-кейсов в онлайн и офлайн формате.

«Традиционные приемы PR больше не работают, пресс-релизы приходят прямиком в спам, новости компаний никому не нужны, классический SMM умер», — писал в своей книге «PR в реальном времени» Умаров Михаил [5].

Для составления кейсов могут приглашаться партнеры и спонсоры конкурса.

Сформирован и предложен проект бюджета мероприятия на 2022 год, который складывается из следующих расходов:

— затраты на подарки/сувениры спикерам и победителям: 5000 рублей;

— затраты на оборудование: 8000 рублей;

— затраты на афиши/листовки/объявления: 7000 рублей;

— затраты на сайт и трансляцию: 10000 рублей;

— непредвиденные расходы: 10000 рублей;

Итого получилось 40 000 рублей, с учетом дополнительных затрат в случае поломки оборудования, бракованных сувениров и т. д.

KPI выявлен следующий:

— увеличение охвата аудитории на 10% в сообществе во ВКонтакте;

— количество заявок на программу — более 300;

— активность на страницах социальных сетей — +10%;

— размещение информации о конкурсе в группах профильных структур вузов СЗФО;

— не менее 5 публикаций о региональном этапе конкурса в электронной среде.

Таким образом, PR кампания может считаться успешной при соблюдении полного плана реализации. Отличительной особенностью PR-кампании является разработка креативной стратегии. Креативная работа способствует выявлению новых решений для деятельности партнеров, а также разнообразить обстановку официальных выступлений или презентаций.

Библиографический список

1. Статья на официальном сайте Студенческий Справочник [Электронный ресурс]. Пример коммуникационной кампании. [Людмила Юрьевна Ананьевна]. Режим доступа: spravochnick.ru.
2. Официальный сайт Премии Хрустальный Апельсин [Электронный ресурс]. Режим доступа: crystalorangeaward.ru.
3. Статья на официальном сайте конкурса «Серебряный Лучник» [Электронный ресурс]. Конкурс Proba PR Awards. Режим доступа: luchnik.ru.
4. Статья на сайте официальном сайте рассылок Unisender [Электронный ресурс]. Email-рассылка. [Мария Смирнова-Матрос]. Режим доступа: unisender.com.ru.
5. **Умаров М. Ю.** PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила. Издательство Альпина. — 2016. — 35 с.

Корякина Елизавета Александровна — бакалавр, Высшая школа медиакommunikаций и связей с общественностью, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: elizaveta.koryakina@mail.ru.

УДК 659

Марта Магзомкызы
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПРОДВИЖЕНИЕ ИДЕИ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА ИНСТРУМЕНТАМИ КОРПОРАТИВНЫХ МЕДИА

Аннотация. Статья посвящена исследованию продвижения идеи добровольчества среди молодежи и распространения ее инструментами корпоративных медиа. Рассматривается проблема продвижения идеи добровольчества инструментом печатных корпоративных медиа в виде студенческого журнала, и обосновывается необходимость замены его на электронный вид.

Ключевые слова: добровольчество, корпоративные медиа, студенчество.

Marta Magzomkыzy
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

PROMOTION OF THE IDEA OF VOLUNTEERITY BY TOOLS OF CORPORATE MEDIA

Abstract. The article is devoted to a study of promoting the idea of volunteering among young people and disseminating it through corporate media tools. The problem of promoting the idea of volunteering with the tools of printed corporate media in the form of a student magazine is considered, and the need to replace it with an electronic form is justified.

Key words: volunteering, corporate media, students.

Воспитание в молодежи небезразличного отношения к жизни страны является одной из наиболее приоритетных задач государства. В связи с этим развитие волонтерства целесообразно понимать, как важное направление молодежной политики. Чаще всего, в волонтерство идут молодые люди, обучающиеся в высших

учебных заведениях. Студенты принимают активное участие в волонтерских проектах, поскольку они располагают свободным временем и при этом имеют желание получить новый опыт. Данная деятельность дает возможность студентам, например, расширить свою сеть социальных контактов и получить опыт общения с новыми людьми.

«В современной России на молодежь возлагаются большие надежды как на ресурс, способный сделать экономику страны инновационной. Ключевая задача в этом процессе отводится образовательной среде высшей школы» [1]. Привлекая студентов в волонтерскую деятельность, государство создает и воспитывает общество граждан, выражающих интерес к жизни своей страны и готовых принимать в ней активное участие.

Важным достоинством добровольческой деятельности представляется выбор подходящего себе проекта на основании своих интересов и желаний. Ежегодно формируется все больше новых добровольческих инициативных групп, динамично привлекающих новых участников. Независимо от курса и направления обучения каждый студент имеет возможность выбрать ту область, которая его интересует: культура, экология, спорт, религия, социальные или международные проекты, помощь в чрезвычайных ситуациях.

Студенты, которые участвуют в организации и реализации волонтерских мероприятий, вносят свой вклад в решение очень важной задачи – создание атмосферы дружелюбия и преемственности. Данный факт предоставляет возможность студентам ощутить свою значимость и повысить самооценку. Одновременно и участие в добровольческой деятельности взрослых граждан и волонтеров-пенсионеров вносит существенный вклад в развитие молодежи, поскольку представители старших поколений с удовольствием делятся информацией и знаниями со студентами.

Волонтерские мероприятия непосредственно способствуют развитию молодежи. Процесс включения человека в среду предполагает направленное изменение, в результате которого человек вырабатывает свойства, требуемые этой средой, что позволит ему

развиваться и удовлетворять свои потребности [2, с. 209]. Попадая в волонтерскую среду, молодые люди совершенствуют уровень своей компетентности, реализуют свои способности, ощущают личную значимость, действуют в своих интересах, и вместе с этим, помогают окружающим.

Данное явление всегда развивалось, и сейчас его значимость несколько не уменьшается, поскольку целью волонтерства является, в том числе, расширение возможностей для самореализации граждан путем ознакомления с различными видами социальной активности [3].

Спектр волонтерских проектов достаточно масштабный. Естественно, волонтерские проекты требуют объединения сил общественности на разрешение наиболее острых и важных проблем. И привлечение студенческой молодежи к урегулированию этих вопросов делает возможным для студентов не быть безучастными к явлениям, происходящим в стране. Необходимо добавить, что участвуя в волонтерских проектах, студенты также гарантированно получают обратную связь от органов государственной власти. Так, одной из форм активности студенческого волонтерского движения является диалог власти и студенческой молодежи.

«Волонтерство – хороший способ попробовать свои силы в разных сферах, получить новые знания и навыки, научиться работать в команде, брать на себя ответственность за реализацию проекта» [4]. Работая в сфере волонтерства, студенты, прежде всего, активно взаимодействуют друг с другом, набираются опыта в выстраивании отношений с вышестоящими организациями, представителями вуза, партнерами. Вузу как образовательной организации полагается поддерживать студенческую инициативу и обеспечивать необходимым для осуществления волонтерских проектов как самими студентами, так и привлекать их к активному участию в волонтерских проектах страны.

При этом актуальной проблемой для вузов остается сложность в распространении волонтерского движения среди студентов. В этой связи нужно отметить, что «реализация потенциала мо-

лодежи может успешно осуществляться только в рамках организованной деятельности. Добровольческая активность становится и условием, и каналом реализации социального инновационного потенциала» [5], соответственно, в качестве одной из форм организации работы вуза по привлечению студентов в волонтерскую деятельность может стать издание студенческого журнала о добровольчестве. Учитывая, что выпуском изданий занимаются студенты-волонтеры разных сфер, проблема может решиться сама собой, потому как рассказ сверстников о проделанной работе всегда положительно влиял на мотивацию студентов. Более того, информация, полученная от самих студентов, сможет доказать, что участие волонтером не просто полезно, но и вполне возможно для каждого желающего.

Для того чтобы выявить важные моменты, которые стоит учесть при создании студенческого журнала на тему добровольчества, начиная с его содержания и заканчивая каналом распространения, был проведен опрос среди студентов СПбПУ разных направлений подготовки (всего в опросе приняло участие 52 студента). В целом для анализа актуальности издания студенческого журнала, был задан вопрос: «Читаете ли Вы журналы?», на который 61,5% респондентов ответили «Нет», 32,7% – «Да», 5,8% – «Иногда». Следующий вопрос: «Какие журналы Вы читаете?» был открытым. Он был предложен для анализа предпочтений респондентов по тематике. Полученные ответы включали следующие: «Мода», «Lifestyle», «Наука», «История», «География», «Искусство», «Культура», «Экономика», «Литература», «Новости города», «Студенческое СМИ», «Садоводство».

Также было важным узнать, какие версии журналов предпочитают студенты. 57,9% опрошенных дали ответ – «Бумажные», 31,6% – «Электронные» и 10,5% – «Без разницы». Результаты были неожиданными, ведь молодежь выступает двигателем и главным потребителем цифровых технологий, для нее характерна своя специфическая модель восприятия информации, обусловленная, в том числе, постоянным нахождением в цифровой среде [6].

Анализ критериев выбора респондентами журнала был осуществлен через оценку трех показателей, которые они оценивали по шкале от 0 до 5 баллов, где 0 – «не обращаю внимания», 5 – «обращаю больше всего внимания». Среди компонентов «Название», «Содержание» и «Обложка», оказалось, что студенты больше всего внимания обращают на обложку, затем на содержание и меньше всего на название журнала. При анализе отношения респондентов к рекламе на страницах журнала, было обнаружено, что 40,9% респондентов безразлична реклама, 31,8% относятся к ней положительно, а 27,3% ее не приемлют.

«С какого носителя Вам удобнее было бы получать электронную версию журнала?» – так звучал вопрос для анализа предпочтений респондентов в канале распространения журнала. Здесь мнения респондентов сильно разошлись. 40,9% ответили «Социальные сети», 22,7% – «Сайт», 18,2% – «Не читаю электронные журналы», 9,1% – «Рассылка Mail.ru», 9,1% – «Без разницы». Анализ предпочтений респондентов в формате электронного журнала показал следующие результаты: на первом месте – PDF (59,1%), далее – FB2 (27,3%), EPUB (13,6%) и DOCX (4,5%). При этом 18,2% респондентов не читают электронные журналы, а 13,6% без разницы в каком формате будет выпущена электронная версия журнала.

Последние два вопроса были связаны непосредственно с темой исследования. Если первый вопрос был предложен с целью анализа имеющихся знаний респондентов о теме исследования, то второй был направлен на анализ интересующих респондентов тем по добровольчеству. На вопрос: «Какие из направлений добровольчества Вам знакомы?» 92,3% студентов ответили, что знают, как минимум одно направление добровольчества, а 1,9% знают все его виды. Среди них больше всего знают о «Социальном волонтерстве» (73,1%), на втором месте – «Экологическое волонтерство» (69,2%), затем – «Зооволонтерство» (63,5%), «Событийное волонтерство» (55,8%), «Международное волонтерство» (53,8%), «Волонтерство в сфере здоровья» (53,8%), «Волонтерство в сфере ЧС» (48,1%), «Культурное и музейное волонтерство» (38,5%),

«Патриотическое волонтерство» (38,5%), «Медиаволонтерство» (34,6%), «Интеллектуальное волонтерство» (23,1%), «Корпоративное волонтерство» (19,2%).

Завершающий вопрос был о тех направлениях добровольчества, которые интересны респондентам. Исключая респондентов, которым не интересны никакие виды добровольчества (17,3% опрошенных), остальным 82,7% нравятся разные виды волонтерства, а 1,9% абсолютно все. Это: «Экологическое волонтерство» (50%), «Зооволонтерство» (46,2%), «Медиаволонтерство» (38,5%), «Международное волонтерство» (38,5%), «Социальное волонтерство» (36,5%), «Событийное волонтерство» (32,7%), «Волонтерство в сфере здоровья» (32,7%), «Культурное и музейное волонтерство» (30,8%), «Волонтерство в сфере ЧС» (26,9%), «Интеллектуальное волонтерство» (19,2%), «Корпоративное волонтерство» (13,5%), «Патриотическое волонтерство» (11,5%).

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Только треть (32,7%) студентов читает журналы регулярно. Абсолютное большинство студентов СПбПУ (92,3%), включая уровни бакалавриата и магистратуры, знакомо с понятием добровольчества и интересуется разными его направлениями (82,7%). При этом студенты СПбПУ не очень заинтересованы в чтении журналов, что уменьшает шансы продвижения идеи добровольчества данным видом корпоративных медиа.

Проведенное исследование, в том числе было направлено на выявление предпочтений студентов в содержании, оформлении и распространении корпоративного издания, посвященного теме добровольчества. Выявленные предпочтения помогут в создании качественного материала, который будет интересен целевой аудитории, в частности, электронного корпоративного СМИ. Для успешного развития изданий в сфере добровольчества в целом необходимо сильнее ориентироваться на специфику целевой аудитории, привлекательное оформление и дизайн, увлекательный контент, раскрывающий специфику добровольческого движения среди студентов.

Библиографический список

1. Певная М. В. Роль и значение волонтерства в воспитательной деятельности и образовательном процессе современного российского вуза // Известия УРФУ. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2012. – № 3. – С. 131–138.
2. Авакова Э. Б. Вовлечение молодежи в процессы интеграции на Евразийском пространстве // Национальная безопасность и стратегическое планирование. – 2017. – № 2–2(18). – С. 209–213.
3. Кудрявцева Е. Ю. Волонтерское движение как фактор развития социальной активности студенческой молодежи // ЦИТИСЭ № 2 (11). – 2017. – С. 4.
4. Макарова Е. Е. Добровольчество как ресурс развития студенческой молодежи // Научная статья для журнала «ОГАРЁВ-ONLINE». – 2016.
5. Самаркина И. В. Добровольчество как способ реализации инновационного потенциала молодежи // Социальные технологии исследования. – 2010. – № 4. – С. 53–55.
6. Авакова Э. Б., Кузнецов А. А. Корпоративные коммуникации в условиях цифровизации / Социальные институты в цифровой среде. Сборник трудов второй международной научно-практической конференции «SOCIAL SCIENCE (Общественные науки)» г. Ростов-на-Дону, 19–20 ноября 2020 г. Под редакцией Игнатовой Т.В., Корсунова Д.А., Брюхановой Н.В. – Ростов-на-Дону: ЮРИУ РАНХиГС. – 2020, с. 304–311.

Магзомкызы Марта — бакалавр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: magzomkyzy.m@edu.spbstu.ru.

Вероника Родионовна Мельник
 Российская академия государственной службы,
 Северо-Западный университет управления

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ МЕСТНЫХ ИЗДАНИЙ НА ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация. Статья посвящена исследованию местных медиа Ленинградской области. Выбор изданий обусловлен их богатой историей, востребованностью у аудитории, высоким рейтингом и способностью использовать цифровые платформы для продвижения контента («Гатчинская правда», «Новости Ленинградской области», «Интернет газета iVBG.ru», «Лужская правда», «Свирские огни» (г. Подпорожье), газета «Выборг», «Тосненский вестник» и др.) Вывод: несмотря на профессиональный состав редакций, умение работать с повесткой дня, освоение новых форматов, не все современные инструменты вовлечения аудитории осваиваются редакциями в полной мере.

Ключевые слова: местная газета; Ленинградская область; способы продвижения; аудитория; вовлечение.

Veronika R. Melnik
 Russian Academy of National
 Economy and Public Administration,
 North-Western Institute of Management

WAYS TO PROMOTE LOCAL EDITIONS ON DIGITAL PLATFORMS (BY THE EXAMPLE OF NEWSPAPERS OF THE LENINGRAD REGION)

Abstract. The article is devoted to the study of local media in the Leningrad region. The choice of publications is due to their rich history, demand among the audience, high rating audience and the ability to use digital platforms to promote content (Gatchinskaya Pravda, News of the Leningrad Region, Internet newspaper iVBG.ru, Luzhskaya Pravda, Svirskiye Ogni (Podporozhye), the newspaper Vyborg, Tosnensky Vestnik, etc.) Conclusion: despite the professional compo-

sition of the editorial staff, the ability to work with the agenda, the development of new formats, not all modern tools for engaging the audience are fully mastered by the editors.

Keywords: local newspaper; Leningrad region; promotion methods; audience; involvement.

В новой цифровой среде происходит слияние традиционных местных СМИ и социальных медиа, что позитивно сказывается на их устойчивом развитии и меняет в лучшую сторону региональное интернет-пространство. Главным фактором жизнеспособности местных СМИ в цифровой среде становится конвергенция [1; 2] – презентация материала основного медиа на разных информационных площадках. Перед местными медиа сегодня встает задача научиться быть комфортными для пользователя, найти удобные для получателя информации платформы [3]. Новые условия информационного рынка уже в начале 2010 г. подтолкнули редакции к поиску новых форм предъявления материала, адаптированного под интернет-площадки. До этого времени контент и тематические рубрики полностью повторяли основную печатную версию, контент и тематические рубрики [4]. Сегодня официальные сайты 21 газеты Ленобласти (зарегистрирован на сайте Правительства) выглядят привлекательно, удобны и понятны аудитории, хорошо структурированы, имеют различные рубрики. Публикуемые тексты, особенно в социальной сети Вконтакте, вполне удовлетворяют информационным потребностям аудитории. Однако требует еще пристального внимания работа по изменению подачи и контента не только на основной площадке, но и на других информационных платформах.

Издания в основном полноцветные, в оформлении используются фирменные цвета, кликабельные ссылки. Местные газеты выходят один или два раза в неделю, распространяются по подписке и в розницу. Тиражи колеблются от 2000 экземпляров («Свирские огни», г. Подпорожье; «Волховские огни») до 25 000 («Выборгские ведомости». Газета-«толстушка» имеет 36-40 полос). Газета «Сельская новь» имеет тираж 4000 экз., «Гатчинская правда – 5005 экз., «Петербургский рубеж» (п. Сертолово) – тираж 10 000 экз.

В составе редакции работают обычно от 5 до 8 человек. Кроме корреспондентов есть специалисты по рекламе и SMM-менеджеры.

Слоган газеты «*iVBG.ru*» – «Ленинградская область – территория развития» точно отражает современное состояние территории, имеющей хорошую динамику.

Издания Ленинградской области, как правило, имеют давнюю историю и традиции. Так, например, газеты «*Гатчинская правда*», «*Сельская новь*» издаются с 1931 г., поэтому в проблемно-тематическом диапазоне изданий обязательно присутствуют исторические справки и сюжеты (например, о современной жизни музеев и усадеб) или репрезентируются исторические факты (о продовольственном обозе из «Партизанского края» в блокадный Ленинград во время Отечественной войны).

В качестве положительных моментов в деятельности местных изданий Ленинградской области стоит отметить: многообразие актуальной информации, удобную навигацию сайтов, наличие версии для слабовидящих, частую сменяемость новостей, которые хорошо структурированы по разделам. Анализ постов в социальных сетях, показывает, что там регулярно и оперативно выкладываются актуальные новости, связанные с разными событиями, от новостей про энергоснабжающие организации до информации об особенностях празднования масленицы.

У ряда изданий есть дополнительная полезная информация (курс валют, схемы туристических направлений и др.). Для удобства созданы специальные хештеги, например, у онлайн-издания «*iVBG.ru*» такие, как #Ло_для_души и #НовостиЛенОбласти. Нередко материалы на информационных площадках хорошо визуализированы. Газеты стараются представлять широкий спектр мнений. Для поддержания обратной связи открываются горячие линии по поддержке малого бизнеса и ведутся рубрики «Ваша новость» («Тосненский вестник»). Стоит отметить, что некоторые издания реализует социально-важные проекты. Так, местные медиа участвуют в общероссийской антинаркотической акции «Сообща, где торгуют смертью».

Редакции газет пытаются оптимизировать версии изданий под социальные медиа, добиться большей посещаемости, для чего используют современные инструменты – SMO (social media optimization) и SMM-продвижение своего информационного продукта. До недавнего времени большинство изданий присутствовали на таких платформах, как «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Twitter, Telegram, Instagram, YouTube, Google+. В данный момент Instagram, Facebook, Twitter заблокированы на территории Российской Федерации как экстремистские организации, поэтому местные издания успешно разворачивают работу по своему продвижению на других информационных площадках.

Отдельные издания имеют внушительный суммарный охват просмотров, более 5 млн в месяц. Наибольшее количество подписчиков во многих изданиях ВКонтакте – 160 тысяч подписчиков (например, у газеты «Выборгские ведомости». Новости ВКонтакте обновляются регулярно, например, в «Выборгских ведомостях» с периодичностью от 20 минут до 1 часа. Однако ресурсы в Вконтакте не использованы до конца для привлечения молодёжи. Анализ откликов показывает, что среди них мало серьезных комментариев, хотя, надо признать, что их здесь все же больше, чем на других площадках. Наименее актуализированы публикации, на таких серверах, как Яндекс.Дзен.

Вместе с тем, анализ поведения аудитории местных изданий показывает, что она слабо взаимодействует с контентом и ограничивается лишь просмотрами текстов. Посты не набирают большого количества лайков и имеют мало репостов. Можно заметить, что под постами про разные мероприятия, лайков значительно больше, чем под другими постами. Лайки, комментарии и репосты набирают лишь политические посты. Это было характерно для всех изданий Ленобласти и до военной операции на Украине, освещение которой не сходит сейчас с повестки дня. Новости, имеющие общественный резонанс, например, о подорожании продуктов в магазинах или о коронавирусе, стимулируют людей к комментариям.

Не всем изданиям удастся составить правильную навигацию, читателю невозможно прочитать новость без перехода по ссыл-

кам, поэтому низкой остается активность и не получается диалога, аудитория остается пассивной. Неиссякаемым источником новых тем могут стать группы в соцсетях и форумы («Гатина-информ»), однако не во всех изданиях есть указание на такие группы.

В ходе анализе деятельности прессы Ленинградской области выявлено: основной контингент аудитории – люди от 30 лет; мало ведется работы по вовлечению аудитории с помощью опросов, ответов на комментарии подписчиков; почти нет интерактивных конкурсов или квестов.

В оформлении недостаточно используются хэштеги, элементы, соответствующие постам в социальной сети, такие как смайлы. Сравнение текстов постов на разных информационных площадках показывает, что нередко они просто дублируются. Это может привести к тому, что потребители подпишутся только на одну социальную сеть. Тексты важно адаптировать именно под конкретную площадку. По объему публикации все еще остаются длинными и «сухими», в них мало «цепляющих» внимание. Возможно, ёмкая и краткая, но актуальная информация, привлечет внимание читателя, который захочет по ссылке посмотреть полную статью и даже оставить комментарий. Мало обращается внимания на такую подачу информации, как stories. Не все издания имеют приложения для смартфонов. Возможно использование reels, повышение ссылочной активности сайта, поможет вовлечь в диалог новую молодежную аудиторию.

Лишь изменение стратегии сможет коренным образом изменить охват аудитории. Эффективными окажутся издания, которые заботятся о трех видах публикаций, на которые указывают исследователи местной прессы. Это: а) продающие; б) вовлекающие (развлекательные) и обучающие (информационные). В продающих постах могут содержаться: описание товара; акции, скидки, отзывы клиентов, анонс продукта, коллаборации с партнёрами. В вовлекающих – конкурсы, бонусы, актуализированная информация. В информационных материалах присутствуют инструкции и лайфхаки. Обучающие материалы содержат: советы, обзоры, гостевые посты от специалистов и кейсы (примеры из личного опыта) [5].

Таким образом, технологические возможности и ресурсы социальных медиа позволяют традиционным местным изданиям обеспечивать себе устойчивое развитие и эффективно взаимодействовать с аудиторией, предлагая ей качественный медиапродукт. Анализ деятельности местной прессы Ленинградской области показывает, что там, где постоянные рубрики и строгий контент соседствуют с новыми идеями и инициативами, а, календарные события с «горячими новостями», могут обеспечить себе конкурентоспособность на насыщенном информационном рынке.

Библиографический список

1. **Уразова, С. Л.** Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект / С. Л. Уразова. – Текст: непосредственный // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского, 2011. – № 5 (1). – С. 287–293.
2. **Lehtisaari, K.** Media Convergence and Business Models: Responses of Finnish Daily Newspapers / K. Lehtisaari, K. Karppinen, T. Harjuniemi, M. Grönlund, C.-G. Linden, H. Nieminen, A. Viljakainen. Communication Research Centre CRC, Department of Social Research, University of Helsinki. – 2012. – 58 p.
3. **Нигматуллина К. Р.** Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 1. С. 30–5.
4. **Бакеева Д. А., Юрчак А. В.** Флеш-журналистика: конвергенция региональных печатных СМИ и социальных медиа (на примере изданий «Известия Мордовии» и «Столица С») // Огарев-онлайн, 2018. <https://elibrary.ru/item.asp?id=32652213>.
5. **Веселов В.** Продающий текст: руководство для копирайтера и бизнеса. URL.: <http://sendoulse.com/ru/blog/selling-text>.

Мельник Вероника Родионовна – студент 3 курса, кафедра связей с общественностью, Российская Академия народного хозяйства и государственной службы, Северо-Западный институт управления, Санкт-Петербург. E-mail: melnik.roni@mail.ru.

Дарья Олеговна Москаленко
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПРОДВИЖЕНИЕ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТА НА ПРИМЕРЕ ПОРТАЛА «ГОСУСЛУГИ»

Аннотация. Актуальность выбранной темы статьи характеризуется популярностью развития государственных услуг в России, всё больше набирающей обороты. В статье рассматриваются основные аспекты рекламной и PR-деятельности государственных услуг, проведен анализ продвижения цифрового контента на примере портала «Госуслуги».

Ключевые слова: PR, интернет, маркетинг, государственные услуги, реклама и связь с общественностью.

Daria O. Moskalenko
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

PROMOTION OF DIGITAL CONTENT ON THE EXAMPLE OF THE PORTAL «PUBLIC SERVICES»

Abstract. The relevance of the chosen topic of the article is characterized by the popularity of the development of public services in Russia, which is increasingly gaining momentum. The article discusses the main aspects of advertising and PR activities of public services, analyzes the promotion of digital content on the example of the portal «Public Services».

Keywords: PR, Internet, marketing, public services, advertising and public relations.

Цифровая трансформация уже не является перспективой развития, а существует вполне реально, оказывая заметное влияние на все сферы жизнедеятельности [1]. Эксперты считают, что использование в государственном секторе современных информационных технологий, способствует усилению позиций государства на мировой арене [2].

Для государственных учреждений цифровая трансформация имеет две стороны. С одной стороны, современные технологии способствуют автоматизации рутинных процессов, повышению управляемости и оперативности процессов, прозрачности организационной деятельности. С другой стороны, информационные технологии развиваются очень быстро, требуя постоянных расходов на внедрение, тестирование, обучение персонала, материально-техническое и технологическое обеспечение.

Актуальность данной темы заключается также и в том, что на современном этапе информационные технологии играют важнейшую роль в обеспечении взаимодействия государства и граждан. Благодаря использованию информационных технологий и предоставлению электронных государственных услуг можно значительно ускорить процесс получения различных справок и документов, а также уменьшить количество личных обращений в государственные органы [3].

Особенно остро встал вопрос предоставления электронных государственных услуг в период самоизоляции при пандемии коронавируса. Многие были вынуждены ограничивать себя, находиться дома и работать или же учиться дистанционно. Доступность и эффективность оказания государственных услуг гражданам в этот период приобрели особое значение. В связи с вышеперечисленными аспектами большое количество платформ по оказанию государственных и муниципальных услуг значительно ускорили свой переход в цифровую форму и модифицировались, а некоторым сервисам пришлось полностью перейти на новый формат работы.

На данный момент нормативным документом, который регулирует деятельность по цифровизации государственных услуг, выступает указ Президента РФ от 9 мая 2017 года № 203 «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» [4].

Еще в 2014 году была запущена обновленная версия сайта «Госуслуги», которая продолжает совершенствоваться — введена система платежей и уведомлений, разработано мобильное приложение, добавлены новые электронные услуги. Ранее автором был

проведен анализ опыта продвижения электронных государственных услуг по индексу e-Government в Европе и Азии. Так, например, в Эстонии и Сингапуре используются те же концепции при разработке электронных платформ, которые применяются в усовершенствовании «Госуслуг»: внимание к потребностям пользователей — так, например, был составлен рейтинг самых востребованных услуг, который использовался при составлении архитектуры сайта, учтены основы mobile first дизайна и другое.

Итак, когда технически платформа была готова, следующей задачей было привлечение новых пользователей на портал. Главным препятствием стало недоверие аудитории и неудобство использования предыдущей версии сайта. Чтобы его преодолеть, необходимо было составить комплексную модель коммуникации. Поэтому в 2015 году Министерство связи и массовых коммуникаций объявило конкурс, который выиграла экспертная сеть Rocketmind.

Далее рассмотрим более подробно методы продвижения цифрового контента на примере «Госуслуг».

Первым этапом работы стало изучение потенциальной аудитории сервиса. Это было необходимо для того, чтобы выявить кому, какими методами и какие услуги рекламировать. С этой целью специалисты Rocketmind изучили 107 тысяч упоминаний госуслуг в интернете и выявили, какое представление о платформе сложилось у пользователей. Далее они разработали УТП для самых востребованных услуг, сосредотачивая внимание в сообщении на пользе портала.

Следующим этапом разработки стратегии стало создание единого стиля. Важно было объединить несколько различных сервисов под одним брендом, а потому сотрудниками Rocketmind были предложены правила оформления коммуникаций (баннеров, объявлений и т. д.) с большой библиотекой макетов и шаблонов. Также было разработано руководство по взаимодействию государства и общества. Среди рекомендаций можно подчеркнуть следующие: запрет на канцеляризм, но в то же время и на панибратство, тыканье, шутки; разная стилистика основных трех жанров постов — возможность, событие, совет и другое.

Далее услуги на сайте были распределены по типам и частоте потребления. Оказалось, что часть из них привязана к сезонности, часть — к конкретным датам, часть — к жизненным ситуациям [5]. Благодаря данной информации был составлен план продвижения на каждый месяц.

Основываясь на проделанной работе, с готовой коммуникационной стратегией специалисты перешли к ее реализации. За три месяца им удалось провести медийную и контекстную рекламу, разослать информационные рассылки, опубликовать статьи и реализовать рекламу в соцсетях.

Вместе с Out of Cloud и Sendsay портал «Госуслуги» создал информационные рассылки о новом портале. Всего от портала «Госуслуг» отправлено было 10,1 миллиона писем в 43 триггерных кампаниях. Благодаря автоматической цепочки писем, зависящей от обратной связи аудитории, письма от портала «Госуслуги» не попадали в спам, что позволило донести полезную информацию тем, кто ими не пользуется. После отправления каждого письма был осуществлен сбор статистики и заново сегментировалась база, чтобы сотрудники Минкомсвязи смогли продолжить общение с пользователями. При этом стоит отметить, что особенно важным аспектом работы с государственным сектором являлась сохранность и секретность данных пользователей. Рассылки писем от платформы «Госуслуги» были подтверждены аттестатом соответствия ФЗ 152 «О персональных данных».

Помимо информационной рассылки также использовались и другие инструменты. Совместно со студией «Деловой продакшн» экспертная сеть Rocketmind разработала несколько прероллов и видеороликов, в сюжете которых раскрываются различные ситуации из жизни граждан, в которых полезен сайт «Госуслуги». Они были размещены на официальном канале портала в Ютубе.

Во время работы над проектом редакция также создавала новости для портала «Госуслуги» и материалы для социальных сетей: были охвачены важные информационные поводы, проведены конкурсы и многое другое. После публикаций каждую неделю проводились отчеты об эффективности коммуникаций, ко-

торые помогли понять, какие корректировки необходимо внести в стратегию.

Таким образом, была реализована комплексная стратегическая и коммуникационная модель. Специалисты Rocketmind провели масштабную работу, на которую можно ориентироваться при проведении дальнейших рекламных кампаний. Также они привели пример того, как нужно работать с государственным сектором, учитывая множество трудных аспектов, таких как: соблюдение прав граждан, сохранность личных данных, составление и оформление отчетности более сложной, чем при работе с частными компаниями.

В наше время все еще существует стереотип ненадежности платформы из-за многочисленных жалоб на сбои системы. Таким образом, проведенный анализ говорит о том, что несмотря на прогресс цифровизации государственных услуг в наше время, актуально развивать проект по их продвижению и техническому совершенствованию и дальше. Развитие электронного правительства, расширение возможностей в обеспечении граждан различными государственными и муниципальными услугами и развитие устойчивой, соответствующей современным требованиям технологической базы для доступа граждан к сервисам электронного государства – это важные направления для развития информационного общества в Российской Федерации. Продвижение портала «Госуслуги» является неотъемлемой частью этой работы.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 25.11.2017) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018).
2. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации»». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/ (Дата обращения: 08. 12.2021 г.).
3. Государственная реклама // Students-library.com [Электронный ресурс]. URL: <https://students-library.com/library/read/84531-gosudarstvennaa-reklama>.

4. Интернет-портал «Портал государственных услуг Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gosuslugi.ru/> (дата обращения: 21.01.2022).

5. «Редизайн государства. Продвижение нового портала госуслуг» [Электронный ресурс]. URL: <https://rocketmind.ru/cases/gosuslugi-promotion> (дата обращения: 12.02.2022).

Москаленко Дарья Олеговна – магистр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский Политехнический университет имени Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: moskalenko.do@edu.spbstu.ru, 89623823611.

УДК 659.3

Алёна Владимировна Нефатенкова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ИНСТРУМЕНТЫ ДИДЖИТАЛ-ПРОДВИЖЕНИЯ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Аннотация. Настоящая статья посвящена рассмотрению инструментов диджитал-продвижения компании на модный рынок. Интернет-продвижение становится неотъемлемой частью фэшн-коммуникаций марки. При выборе инструментов цифрового продвижения компании необходимо учитывать текущие социально-экономические условия и особенности индустрии. В данной статье рассмотрены причины смещения фокуса в сторону диджитал и возникшие в связи с этим особенности продвижения. Также были описаны изменения, произошедшие в фэшн-ритейле на фоне пандемии COVID-19, и как рынок подстроился под них. Автор подчёркивает важность интегрированного подхода использования инструментов диджитал-продвижения для достижения высокой узнаваемости и положительного восприятия марки целевыми сегментами, а также увеличения вероятности совершения ими покупки.

Ключевые слова: диджитал-продвижение; рекламные и PR-инструменты; фэшн-рынок, модная индустрия; модная компания.

DIGITAL PROMOTION TOOLS IN THE FASHION INDUSTRY

Abstract. The article is devoted to the consideration of tools for digital promotion of the company on the fashion market. Internet promotion is becoming an integral part of the brand's fashion communications. Choosing digital promotion tools for a company, it is necessary to take into account the current socioeconomic conditions and industry features. This article discusses the reasons for the shift from traditional to digital and the peculiarities of promotion that arose in connection with it. They also described the changes that have taken place in fashion retail amid the COVID-19 pandemic, and how the market has adjusted to them. The author emphasizes the importance of an integrated approach to using digital promotion tools to achieve high brand awareness and positive perception by target segments, as well as increasing the probability of them making a purchase.

Keywords: digital promotion; advertising and PR tools; fashion market, fashion industry; fashion company.

С каждым годом процент людей, пользующихся Интернетом, растёт. В значительной мере этому поспособствовала пандемия COVID-19. После вынужденного ухода в диджитал большинства организаций в 2020 г., был зафиксирован скачок активности пользователей в сети Интернет. По данным исследовательского центра «Делойт», в 2021 г. уже 95% россиян имело опыт взаимодействия с социальными сетями [1]. Онлайн плотно вошёл в их повседневную жизнь: россияне используют Интернет не только для общения, но и для покупок товаров и услуг, а также поиска информации о них. Теперь будет расти не количество Интернет-пользователей, а уровень Интернет-потребления.

События 2020 г. оказали сильное давление на фэшн-рынок. По данным McKinsey, в 2020 г. прибыль компаний модной сферы упала на 90% [2]. Однако благодаря особенностям развития модной индустрии – крайнему динамизму, высокой скорости реагирова-

ния и изменения всех процессов, жёсткой конкуренции – рынок смог быстро адаптироваться под новые условия работы. Экономические потери стимулировали фэшн-игроков быть изобретательнее и креативнее. Как следствие всего лишь за несколько месяцев индустрия продвинулась на 5 лет вперед в использовании диджитал-технологий.

Массовый приход компаний в диджитал спровоцировал рост информационного шума. При высоком предложении иметь хороший продукт или услугу уже недостаточно. Потому компании используют различные маркетинговые инструменты, включая рекламу и PR, чтобы создать продукту или марке дополнительную ценность. В связи с особенностями диджитал-пространства, потребитель не может лично проконтактировать с продавцом или продуктом – его тяжелее удержать, а ещё сложнее убедить в необходимости покупки товара или услуги. Имея широкий выбор, он приобретёт продукт, который принесёт приятный опыт от взаимодействия с брендом, удовлетворит духовные потребности, позволит почувствовать себя особенным, причастным к определённому сообществу.

Потребительский запрос выразился в тренде на локальное производство, где доминирует персональный подход. Спрос стимулировал появление многочисленных мелких и средних отечественных брендов одежды.

Предложение локальных модных брендов стало расти в 2020 г., несмотря на проблемы фэшн-ритейла в связи COVID-ограничениями. Они начали свою деятельность онлайн, не имея никакого оффлайн представительства. Зайдя сразу в диджитал, они не испытали тех трудностей адаптации коммуникаций, которые потерпели компании, отдававшие предпочтение оффлайн каналам продвижения.

СМИ. Для формирования доверия к бренду, fashion-компании используют отдельный сегмент СМИ – модные журналы. К классике можно отнести Vogue, Harper's Bazaar, Marie Claire, Elle, Glamour, Dazed. Издания имеют также онлайн версию, популярность которой только увеличивается, в отличие от печатной.

При работе с печатными и онлайн-СМИ используются одинаковые инструменты медиарилейшнз. Согласно классификации А. Н. Чумикова [3, с. 42], это:

- написание и рассылка пресс-релизов;
- подготовка материалов для непосредственной публикации;
- инициирование интервью первых руководителей;
- организация специальных мероприятий для СМИ;
- привлечение СМИ к участию и освещению корпоративных событий;
- совместные проекты со СМИ;
- конкурсы для журналистов.

Пресс-релизы могут быть посвящены следующим информационным поводам:

- выходу новой коллекции;
- коллаборации с лидером мнений или другим брендом;
- модному показу или участию в отраслевых мероприятиях;
- новому лукбуку [3].

Интервью первых руководителей обычно приравнивается к интервью с дизайнером. Представитель может повествовать о процессе создания марки и дальнейших планах, дать комментарии касательно какого-либо модного явления или текущей ситуации на рынке. Основательница Aprelikova, например, дала интервью для The Blueprint, где рассказала о пути становления дизайнером.

В качестве специальных мероприятий проводятся презентации – показы новых коллекций. На них приглашают как журналистов, так и потенциальных клиентов, покупателей, известных личностей, лидеров мнений, инвесторов, партнёров и других. Данный круг людей лоялен к марке и представляет её целевую аудиторию или же релевантен ей. После пандемии 2020 г., данный формат частично ушёл в диджитал.

В случае с крупными модными домами, хорошо работает привлечение СМИ к участию и освещению корпоративных событий. Так могут быть освещены изменения внутри бренда, например, смена креативного директора.

В совместных проектах со СМИ часто используются конкурсные механики с целью привлечения внимания потребителей.

Сайт. Является не только точкой продаж, но и имиджевой компонентой модной марки. Визуальная составляющая играет ключевую роль в привлечении и удержании внимания, поскольку пользователь ожидает от модной марки соответствующего дизайна [4].

Социальные сети. Социальные сети помогают формировать бэкграунд марки, управлять им и демонстрировать продвигаемый продукт. Разные площадки – Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Twitter, «ВКонтакте» (Instagram, Facebook, Twitter – социальные сети, заблокированные на территории РФ и признанные экстремистскими) – предполагают решение различных задач и требуют соответствующих коммуникационных стратегий. Например, Facebook и Twitter используются как имиджевые инструменты, YouTube – для размещения различных видеороликов, TikTok – для развлечения пользователя, «ВКонтакте» как торговая площадка, а Instagram совмещает все эти функции. В связи с этим, Instagram является самой популярной социальной сетью для ведения бизнеса, в том числе в сфере моды.

Контент, публикуемый маркой, является основой успешного продвижения. Обычно это фото и видео, демонстрирующие товар. Из-за искущённости потребителя, маркам постоянно приходится искать новые форматы. Так, например, модный дом Dior выпускает подкаст Dior Talks, где ведущие вещают о прошлом, настоящем и будущем fashion-индустрии. Бренды используют машинное обучение и математическое моделирование, экспериментируют с веб-приложениями, 3D-визуализацией, AR- и VR-технологиями, создавая смешанную реальность и симулируя реальные процессы [5].

Лидеры мнений. Марки сотрудничают на различных условиях с известными личностями и лидерами мнений определённых социальных групп с целью продвижения среди своих целевых аудиторий. Существуют следующие форматы партнёрства:

- бартер;
- коммерческое сотрудничество.

Специальные мероприятия. В допандемийное время регулярно устраивались недели моды. Карантин вынудил их уйти в онлайн

и вернул популярные некогда монопоказы. Благодаря монобрендовым показам, компания получает большую концентрацию внимания со стороны блогеров, лидеров мнений, профильных СМИ, сообществ в социальных сетях. Цифровые и гибридные (phygital) модные показы используют традиционный видео-инструментарий – мини-фильмы, прямые трансляции, видеопрезентации, мастер-классы и др. Аудитория же ждёт от цифровых мероприятий новых форматов. Коллаборации с цифровыми художниками и представителями игровой индустрии позволят расширить возможности продвижения. Так, московский Mercedes-Benz Fashion Week 2020 прошёл полностью онлайн: некоторые бренды стандартно представили лукбуки и короткие видеоролики, другие же задействовали дополненную реальность, кто-то, как Alexander Terekhov, продемонстрировал цифровую одежду на виртуальных моделях [6].

Система распространения контента. При проведении модного показа или трансляции, эффективнее предоставить доступ к прямой трансляции с любой возможной платформы: разместить видеоролики и плеер прямых трансляций и в социальных сетях, и на сайтах бренда и информационных партнёров. Такое посевное распространение сигнала и контента делает мероприятие заметнее, обеспечивая большее покрытие аудитории.

Актуальность диджитал-продвижения за последние пару лет значительно возросла, и популяризирование компании на рынке может строиться исключительно в Интернете. Интегративный подход к использованию как рекламных, так и PR диджитал-инструментов даст более высокие результаты в укреплении имиджа и репутации марки, его продвижении на рынке потребителей, что положительно скажется на объёме продаж.

Библиографический список

1. Медиапотребление в России – 2021 // Делойт. – 2021. Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/technology-media-telecommunications/russian/mediaconsumption-russia-2021.pdf> (дата обращения: 03.03.2022).

2. The State of Fashion 2021 // McKinsey & Company. – 2021. Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/State%20of%20fashion/2021/The-State-of-Fashion-2021-vF.pdf> (дата обращения: 03.03.2022).

3. **Чумиков А. Н.** Медиарилейшнз: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2014.

4. **Шевченко Д. А.** Продвижение брендов в фэшн-индустрии средствами связей с общественностью. Часть 2. Инструменты продвижения брендов модных домов // Практический маркетинг. – 2014. – № 6. – С. 38.–44.

5. Phygital Fashion. Как индустрия моды меняет бизнес-модели с помощью современных технологий // vc.ru. – 2021. Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/204571-phygital-fashion-kak-industriya-mody-menyaet-biznes-modeli-s-pomoshchyu-sovremennyh-tehnologiy> (дата обращения: 11.03.2022).

6. **Шумский А. В.** Особенности онлайн-продвижения fashion-контента в условиях пандемии // Медиаскоп. – 2021. – № 2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2706> (дата обращения: 16.03.2022).

Нефатенкова Алёна Владимировна – бакалавр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: alena.nefatenkova@mail.ru.

Александра Вадимовна Николаева
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДИКИ ПОСТРОЕНИЯ ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА В КОММУНИКАЦИЯХ ОРГАНИЗАЦИИ В2В-СЕКТОРА

Аннотация. Статья посвящена методике построения бренд-платформы, одному из ключевых мероприятий в брендинге компании. Рассмотренная методика позволяет сформировать устойчивые представления и образы относительно базисного субъекта, а также избежать размытия бренд-ассоциаций при позиционировании и дифференциации бренда организации. В работе рассмотрен пирамидальный вид платформы бренда с пояснением каждого составного элемента и конкретными примерами формирования на основе разработки коммуникационной кампании ООО «Агентство Событийного Маркетинга».

Ключевые слова: платформа бренда, b2b-сектор, свойства бренда, бренд, позиционирование.

Alexandra V. Nikolaeva
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

THE METHOD OF BUILDING A BRAND PLATFORM IN COMMUNICATIONS OF B2B ORGANIZATION

Abstract. The article is devoted to the methodology of constructing a brand platform, one of the key activities in the branding of the company. The technique allows to form stable ideas and images regarding the basic subject, as well as to avoid the blurring of brand associations when positioning and differentiating the organization's brand. The article considers a pyramidal view of the brand platform with an explanation of each constituent element and specific examples of formation on the basis of the development of a communication campaign of Event Marketing Agency.

Keywords: Brand platform, b2b, brand, positioning, brand features.

В пересыщенном медиапространстве ведущую роль в выборе потребителем конкретной организации становится сильный бренд компании. **Бренд** – это основная концепция организации, благодаря которой клиент готов приобретать продукт с добавочной стоимостью, оставаясь уверен в рациональности своих действий, становясь лояльным адвокатом бренда. В данной работе рассмотрены принципы построения бренд-платформы, создана платформа бренда для event-агентства b2b-сектора, приведены сформированные инсайты, реализованные в коммуникационной кампании агентства событийного маркетинга «White Label».

Начиная работу над рекламным или pr-проектом, необходимо создать архитектуру бренда. Без сформированной основы, на которой базируется аутентичность бренда, коммуникация не достигнет нужного эффекта. Как итог – подорожание коммуникаций, а значит увеличение затрат на маркетинг.

Бренд-платформа четко, в форме списка, фиксирует структурированные основополагающие принципы самопрезентации бренда. Это стержень, на который нанизываются сопровождающие элементы бренда: фирменный стиль, визуальный код, ассоциативный ряд, функциональные, рациональные и эмоциональные преимущества от пользования продуктом, УТП, ценности организации, миссия.

На базе подготовленной платформы стоит **брендинг** – процесс формирования имиджа, тональности, позиционирования и дифференциации в конкурентной среде. Все это поможет выстроить прочные связи с аудиториями и пролонгированную стратегию присутствия фирмы на рынке [1]. В своей книге «Позиционирование: Битва за узнаваемость» Эл Райс и Джек Траут писали: «Позиционирование – это не ваши действия по отношению к продукту. Позиционирование – ваше воздействие на образ мыслей потребителей» [2]. Единственно верной методики формирования бренд-платформы нет. Составляющие могут варьироваться в зависимости от конкретных целей организации в рамках самопрезентации. Ниже представлен тип платформы, определенный как оптимальный для решения задач агентства событийного маркетинга «White Label».

Компания воспринимается общественностью как живой ор-

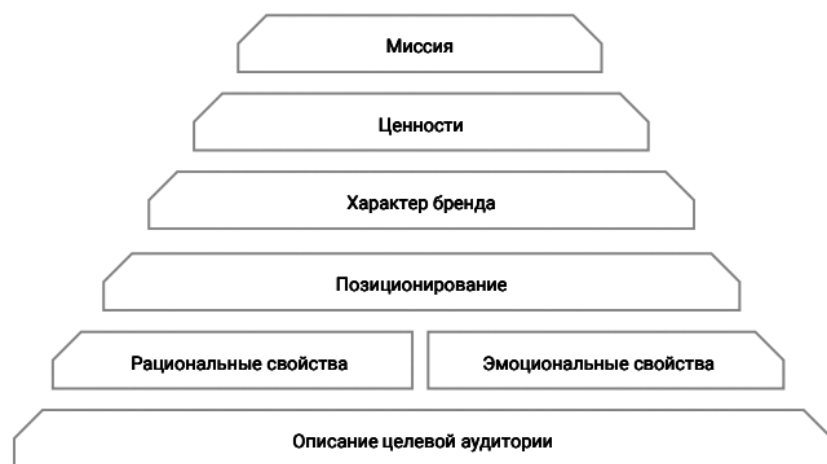


Рис. 1. Пирамидальная модель построения платформы бренда

ганизм, имея свое видение в отношении всего, с чем она сопрягается. С помощью позиционирования становится возможным сближение с тем потребителем, чья позиция коррелирует с видением базисного субъекта.

Рассмотрим этапы создания бренд-платформы «White Label» на основе пирамидальной платформы с последующей реализацией выработанных указаний.

Целевая аудитория. На стратегической сессии были определены ниши, должности и типы клиентов. Желательной нишей определен ИТ-сектор. Должности: pr/hr-менеджер, маркетолог, конечный потребитель (сотрудник ИТ-компании).

Были выявлены общие характеристики, ценности и свойства приоритетной целевой аудитории. Какие: адекватные, молодые, современные, имеют четкий вкус, эрудированные, порядочные, открытые новому, путешественники, не сильно бюрократизированные. Им важно говорить на равных, быть на одной волне, критикуя – предлагать. Их свойства – есть деньги и не боятся их тратить, горизонтальная схема управления, несут ответственность за пожелания.

Этап позволил достичь понимания, что ведущие клиенты – девушки 25–35 лет, занимающие должности hr/pr-менеджеров в ИТ-компаниях, относящиеся к психотипам гедониста, новатора или карьериста по классификации Е. И. Громовой и М. В. Герасимовой [3], с соответствующими жизненными утверждениями, на пересечении которых будут строиться таргетированные коммуникации с выбранной аудиторией в текстах, и тональности, визуальном коде с выгодами услуг, в которых нуждаются конкретные целевые сегменты.

Свойства бренда подразделяются на функциональные (объективные), рациональные (фактические) и эмоциональные [4]. Далее будут подробно рассмотрены последние два типа свойств, так как с точки зрения формирования бренда они представляют наибольшую ценность, рациональные свойства могут включать в себя функциональные.

Рациональные. Разработка креативных ходов и решений, способствующих корпоративным целям. Грамотный заблаговременный расчет сметы с согласованием и подбором оптимальной стоимости (без потери качества мероприятия) с достижением измеримых результатов относительно целей проводимого мероприятия. Предоставление прозрачной и в то же время понятной сметы, из которой будут понятны расходы по всем процессам без лишней бюрократизации. Опыт, позволяющий выстраивать грамотную логистику, тайминг, осуществлять выбор отвечающей всем параметрам площадки, о также заранее просчитать все возможные риски с подготовкой решений и альтернатив.

Эмоциональные. Эмпатия сотрудниц «White Label», предвосхищение ожиданий клиента. «С нами комфортно работать, потому что мы горим работой.» «Доверяем, но проверяем»: дедлайны в работе. Готовность помочь в любое время – все для комфорта заказчика. «Срочная репетиция? Будем на месте в 6:45 и захватим для заказчика кофе. Накануне мероприятия вы решили что-то подправить в презентации? На такие вещи мы говорим «да», потому что понимаем, что для вас это важно.» На всех этапах собирается обратная связь, чтобы у заказчика не было переживаний насчет результата.

Позиционирование – это восприятие бренда, возникающие ассоциации и образы, соотносящиеся с компанией. Через позицио-

нирование можно показать основные свойства и качества продукта, рассказать о проблемах, которые он решает и отразить для кого он предназначен [5].

В данном случае, указываем краткое позиционирование, играющее роль развернутого дескриптера: «Агентство событийного маркетинга White Label. Мы реализуем проекты в сфере событийного маркетинга с 2009 года. В нашем портфолио собраны деловые и корпоративные мероприятия, тимбилдинги, квесты, форумы и конференции в сегменте b2b, в том числе онлайн.»

Характер бренда — это индивидуальная устойчивая система ценностей бренда, вызывающая эмоциональные проявления у потребителей и реакция бренда на изменяющиеся условия рынка [5]. Для описания подходит метод придания бренду человеческих свойств: «White Label — молодой мужчина, 35 лет. Светловолосый, одет стильно, в то же время просто. В очках в роговой оправе. Эмоциональный, остро чувствующий фальшь. Чуткий интуит, ищущий равных отношений. Любит, когда вокруг всем хорошо, умеет создавать атмосферу. Умеет слышать, самокритичен, гибкий. Ему доверяешь. Требователен к себе — держит слово, добросовестный. Знает лучшие интересные места в городе, обожает устраивать вечеринки. Гедонист, но в то же время и упертый трудоголик. Все то, что он делает, приносит ему удовольствие. Находит время и на работу, и на встречи с друзьями.»

Ценности компании — это фундаментальные убеждения, на которых базируется бизнес. Главные принципы для взаимодействия с окружающими: клиентами, сотрудниками, поставщиками, конкурентами. На стратегической сессии были выявлены ценности агентства White Label. Творчество: синергия, самовыражение, разнообразие задач, создание нового. Свобода: отсутствие рамок, самоорганизация, самостоятельное принятие решений. Система: контроль, менеджмент, организация. Удовольствие: отсутствие рутинных задач, удовлетворение проектом, взаимоуважение, приятное времяпровождение. Результат: конечность результата.

После была выбрана формулировка *миссии*: «Укрепляем связи между людьми и объединяем их вокруг ваших ценностей и целей.»

В ходе разработки бренд-платформы был выявлен ряд *инсайтов*. Необходимость упора на сектор IT через hr/pr-менеджеров, выявлено стремление перехода к новой концепции агентства, выходящей за рамки организации мероприятий, с перестройкой на сервисное корпоративное обслуживание с последующей корректировкой сайта и расширением ассортимента оказываемых услуг. Определены психотипы ЦА, составлен mind map тем для обсуждения в публичном пространстве и тональность подачи. Все тексты разрабатываются в парадигме, установленной бренд-платформой. Отобран эффективный канал коммуникаций с нужной конкретной аудитории, vc.ru, с написанием статей, сфокусированных вокруг забот целевых заказчиков с нативно обозначенными эмоциональными и рациональными выгодами.

Библиографический список

1. Построение платформы бренда [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/marketing/131141-postroenie-platformy-brenda> (дата обращения: 10.03.2022).
2. Чернозубенко П. Е. О стратегиях позиционирования. Записки маркетолога [Электронный ресурс]. URL: https://www.marketch.ru/marketing_marginalia/strategy-positioning/ (дата обращения: 10.03.2022).
3. Психотипы потребителей и позиционирование бренда [Электронный ресурс]. URL: <https://createbrand.ru/biblio/branding/psychotype.html> (дата обращения: 12.03.2022).
4. Конструирование бренда [Электронный ресурс]. URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/5level_positioning.htm (дата обращения: 12.03.2022).
5. Чернозубенко П. Е. Позиционирование. Записки маркетолога [Электронный ресурс]. URL: https://www.marketch.ru/marketing_marginalia/chto-takoe-pozitsionirovanie/ (дата обращения: 12.03.2022).
6. Характер бренда [Электронный ресурс]. URL: <http://www.productguide.ru/products-7768-1.html> (дата обращения: 13.03.2022).

Николаева Александра Вадимовна — студент, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: wassupp024@mail.ru. Тел. +7 (921) 427-33-73.

Шугла Кизатовна Саленова
Санкт-Петербургский
государственный университет

ОЖИДАНИЯ, ИНТЕРЕСЫ, ПРОБЛЕМЫ В СФЕРЕ ОБУЧЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННЫМ СПЕЦИАЛЬНОСТЯМ

Аннотация. В данной статье описаны результаты исследования об ожиданиях, интересах и проблемах в сфере обучения коммуникационным специальностям. Автор провел опрос среди 100 человек на основе google forms. Проанализированы проблемы востребованности и эффективности авторских образовательных программ, установлены образовательные программы, которые предпочитают пользователи, выявлена их оптимальная цена. Доказано, что на сегодняшний день коммуникационные профессии востребованы.

Ключевые слова: коммуникационные специальности, образование, блогинг, блогеры.

Shugla K. Salenova
St. Petersburg State University

EXPECTATIONS, INTERESTS, PROBLEMS OF THE TRAINING IN COMMUNICATION SPHERE

Abstract. This article describes the results of a study on expectations, interests and problems in the field of teaching communication specialties. The author conducted a survey among 100 people based on Google forms. The problems of demand and effectiveness of author's educational programs are analyzed, educational programs that users prefer are established, their optimal price is revealed. It is proved that today communication professions are in demand.

Keywords: Communication specialties, education, blogging, bloggers.

Система образования во всем мире отвечает вызовам времени, адаптируясь под нынешние реалии. Несомненно, пандемия коронавируса нарушила систему образования во всем мире и внесла

большие корректировки. Появление самоизоляции в повседневной реальности заставило адаптироваться под новые условия, находить новые формы ранее привычных практик [1, с. 65]. С 2020 г. учебные заведения были вынуждены организовывать свою работу в дистанционном формате. Обучение осуществлялось на разных цифровых платформах. И в этих условиях глобальных вызовов во всем мире повысилась активность пользователей в желании получить дополнительные знания, мобилизовать усилия в освоении новых профессий и использовать новые возможности для самообразования. Объемы и динамика рынка онлайн-образования свидетельствует о том, что развитие цифровых технологий влияет и на систему образования, на которое уже есть растущий спрос [2, с. 405]. На рынке в сфере образования появились многочисленные предложения различных авторских программ, в частности в социальной сети Instagram (с 21 марта 2022 г. данная социальная сеть признана экстремистской организацией на территории Российской Федерации). Исследователи В.И. Горовая, О.А. Линенко, Н.А. Палиева считают, что создание авторских образовательных программ требует не только опыта педагогической работы и высокой квалификации, но и реалистической самооценки возможностей и ее разработчика [3, с. 2]. Но ни для кого не секрет, что всё же многие блогеры, известные личности, эксперты из разных сфер деятельности стали выпускать свои информационные и образовательные продукты. В программах содержатся обещания за короткое время обучить новой профессии, в дальнейшем позволяющей зарабатывать значительные средства, улучшив свое материальное благосостояние. Нельзя не обратить внимание на то, что многие такие программы пользуются высоким спросом. Ведь блогеры и блогинг играют огромную роль в жизни подростков и молодежи. И именно они оказывают влияние на формирования мнения [4]. В определенном смысле частные блогерские образовательные площадки начинают выступать конкурентами классических образовательных центров (вузов).

В период с середины февраля до середины марта 2022 г. было проведено исследование с помощью онлайн-инструмента *Google*

forms. В опросе приняли участие 100 респондентов из России, Казахстана, Китая, Азербайджана, Чехии и Кыргызстана. Возраст опрашиваемых – с 17 до 30 лет. Так как это наиболее активные пользователи приложения Instagram. По результатам опроса 50% людей входят в категорию 20–25 лет, 34% людей 25–30 лет, а также 16% вошли в 17–20 лет. Распределение опрашиваемых по полу – 83% женщин, 17% мужчин.

Практически все опрашиваемые пользуются социальной сетью Instagram. Среди 100 опрошенных только два человека не используют данное приложение. Исследование выявило их доверие к авторским образовательным программам в Instagram, которые обучают коммуникационным профессиям. Как видно из полученных результатов – 68% доверяют, 32% ответили, что не доверяют.

При выборе авторских образовательных программ респондентов привлекают следующие параметры: онлайн-обучение – 42%, цена – 19%, сертификат – 18%, за короткое время можно обучиться новой профессии и зарабатывать – 37%, дополнительный заработок – 24%, всё вместе – 17%. Один человек ответил, что его привлекает доступность информации, а остальные ответили, что ничего не привлекает.

В исследовании было установлено, что большинство опрашиваемых купят авторские образовательные программы, если увидят положительные отзывы (от друзей, знакомых и т.д.) – 62%, если им нравится бесплатный контент, который выкладывается организаторами курсов на своей странице в Instagram – 61% и, если курсы создают известные блогеры, которым они доверяют – 44%. Наименьший отклик вызвали у респондентов следующие предложения: будет выдаваться сертификат в конце курса – 34%, обучение длится короткое время – 12%, программы обучения рекламируют известные блогеры – 5%. Для них этот момент оказался не столь принципиальным. Также один ответ «человек признанный профессионал, и инстаграм – просто способ продажи знаний», остальные не доверяют.

Для 47% опрашиваемых приемлемая цена программ – до 10 тысяч рублей, для 36% – до 5 тысяч рублей, для 6% «до 50 тысяч рублей» и «любая сумма».

Не секрет, что разработчиками авторских образовательных программы, оказываются не всегда компетентные в предлагаемой блогеры области. Отношение респондентов к такого рода ситуации выразилось в следующих цифрах: около 58% респондентов относятся к этому негативно, 6% положительно и 36% опрошенных ответили, что им «всё равно».

85% респондентов считают, что на сегодняшний день коммуникационные профессии востребованы, лишь 4% считают, что нет и остальные 11% затрудняются ответить на этот вопрос (рис. 1).

Эффективность авторских образовательных программ, обучающих коммуникационным профессиям, была оценена следующим образом: 59% опрошенных ответили «Да» считая их эффективными, 4% ответили «Нет» и 37% затрудняются ответить (рис. 2).

Исследование установило, что среди 100 человек 34% уже проходили какие-либо авторские образовательные программы. В опросе респонденты указали названия программ, в которых они обучались. Самым частым на вопрос об успешности и востребованности курсов среди респондентов стал ответ: «Поток PRO» [3] (@theflow.online – 107 тыс. подписчиков). Среди успешных также названы «Инсталогия 2.0.» (разработчик @alexandramitroshina

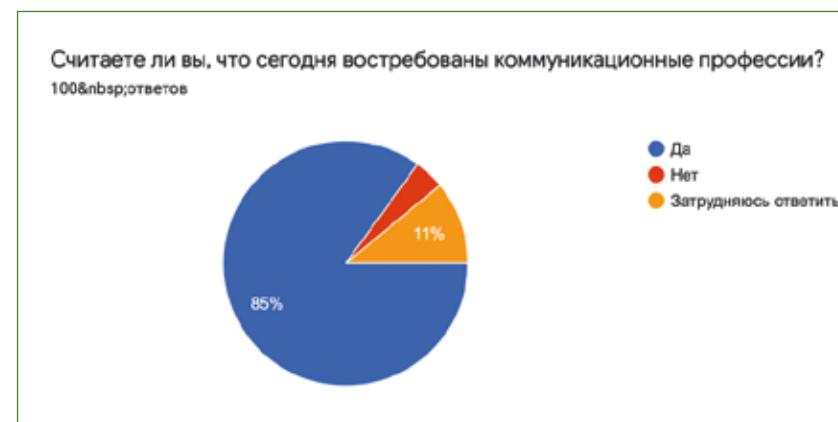


Рис. 1. Востребованность коммуникационных профессий



Рис. 2. Эффективность программ

– 2,4 млн. подписчиков) и «InstaBoss» (разработчик@margo.savchuk – 617 тыс. подписчиков). Стоит отметить, что среди ответов были авторские программы от блогеров миллионников, таких как Надин Серовски (@nadin_serovski – 9,5 млн. подписчиков), Алия Байтугаева (@super.mamasita – 6,8 млн. подписчиков) и семья Жанабыловы (@elt6i – 7 млн. подписчиков, @zhanabylov_e – 7,5 млн. подписчиков). Упоминались: программы, предложенные экспертами Крис Вазовски, Аяна Султан и технологическая образовательная компания для предпринимателей «Like Center» (@likecentre.ru – 278 тыс. подписчиков) (рис. 3).

Исследование выявило, что 59,6% опрошенных после прохождения обучения работают сейчас в той сфере, по которой обучились (рис. 4).

Проведенное исследование ясно показывает, что изучаемая платформа популярна и широко используется. Респонденты считают, что в настоящее время коммуникационные профессии востребованы и доверяют авторским образовательным программам. Однако негативно относятся к таким программам, где разработчиками являются не компетентные блогеры.

Респонденты считают, что оптимальной ценой таких программ будет стоимость до 10 тысяч рублей. Самой часто упоминаемой

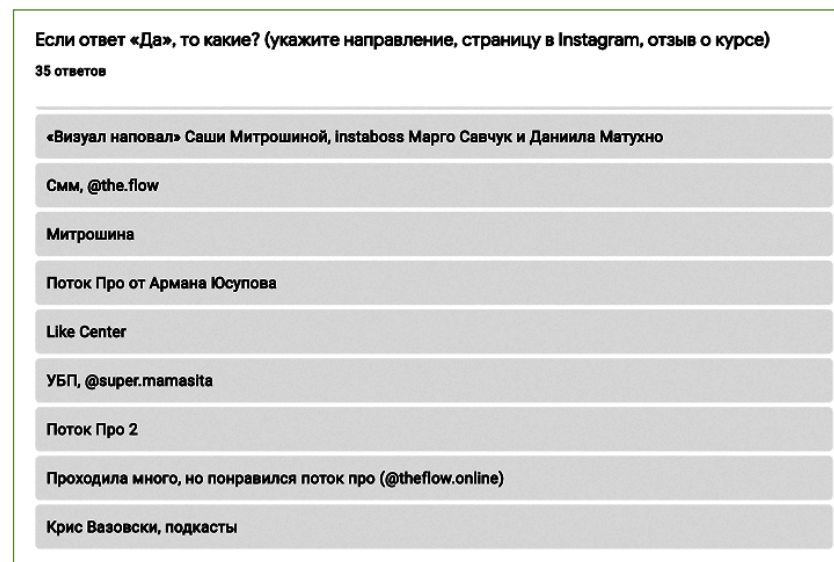


Рис. 3. Названия программ, которые прошли респонденты



Рис. 4. Трудоустойство

образовательной программой стал курс «ПОТОК PRO». Это казахстанская образовательная платформа, которая ориентирована на подготовку кадров для работы в информационных структурах. Следует отметить, что большинство опрошенных работают в той сфере, по которой обучились. Следовательно, можно сделать вывод, что такие авторские образовательные программы являются эффективными. Однако нельзя учитывать и того, что многие из авторов не имеют лицензии на предоставление образовательных услуг.

Библиографический список

1. **Худотеплова А. Д.** Блогер эпохи пандемии: особенности репрезентации частной жизни в Instagram блогинге // Вестник магистратуры. – 2020. – № 6 (105). – С. 62–65.
2. **Мальцев В. А., Мальцев К. В.** Пандемия и образование // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2020. – 224 том. – С. 402–414.
3. **Горовая В. И., Линенко О. А., Палиева Н. А.** Теоретические основы разработки авторской образовательной программы // Педагогические науки. – 2007.
4. **Сорокина В. О.** Место блоггинга в современном мире на примере сети «Instagram». // Международный журнал гуманитарных и естественных наук, 2019.
5. Образовательная программа «ПОТОК PRO». URL: <https://theflow.kz> (Дата обращения: 20.03.2022).

Саленова Шугла Кизатовна – магистратура, кафедра Цифровых медиакommunikаций, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: st091930@student.spbu.ru.

УДК: 659.441

Ксения Дмитриевна Семенова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В PR-ПРОДВИЖЕНИИ КОМПАНИИ

Аннотация. В статье представлен анализ опыта использования историко-культурного наследия города Санкт-Петербурга как имиджеобразующего фактора построения брендов коммерческих компаний. Санкт-Петербург – город, обладающий богатой историей и культурой, этот город является уникальным памятником, вокруг образов которого могут быть построены эффективные бренды компаний и разработаны стратегии их продвижения. В статье автором приводятся аргументы в пользу эффективности использования историко-культурного наследия Санкт-Петербурга как инструмента построения брендов компаний. Также, автор приводит примеры использования данной стратегии различными компаниями, развивающимися в Санкт-Петербурге и активно строящими свой бренд и его идентичность вокруг или с использованием материальных и нематериальных объектов историко-культурного наследия города.

Ключевые слова: историко-культурное наследие, бренд, Санкт-Петербург, имиджеобразующий фактор.

Ksenia D. Semyonova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

THE USING OF HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE IN THE PR PROMOTION OF THE COMPANY

Abstract. The article analyses the experience of using the historical and cultural heritage of Saint-Petersburg as an image-forming factor in building of brands of commercial companies. Saint Petersburg is a city with a rich historical and cultural heritage, a unique monument, around the images of which effective brands of companies can be built. The author provides arguments for

the effectiveness of using the heritage of Saint-Petersburg as a tool for building brands. The author gives examples of using this strategy by companies, which build their brand and identity with using tangible and intangible objects of the city's historical and cultural heritage.

Keywords: historical and cultural heritage, brand, Saint-Petersburg, image-building factor.

Историко-культурное наследие составляет основу многих брендов – от территориальных до брендов компаний самого разного профиля и размера. Организации, использующие в своем продвижении атрибуты историко-культурного наследия города, страны, региона или являющиеся их непосредственными носителями, получают сильное конкурентное преимущество.

Рассмотрим данную гипотезу на примере использования историко-культурного наследия Санкт-Петербурга. 12 декабря 1990 г. Комитет всемирного наследия (ICOMOS) включил исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников в Список всемирного наследия ЮНЕСКО [1]. К объектам историко-культурного наследия Санкт-Петербурга относятся архитектурные ансамбли, здания и инженерные сооружения; сады и парки; пруды и каналы; монументальная и садово-парковая скульптура; исторические захоронения и археологические объекты [2].

Историко-культурное наследие Санкт-Петербурга является главным конкурентным преимуществом города, а также атрибутом, вокруг которого можно выстроить сильный бренд работающей здесь компании или организации.

В 2019 году газета «Деловой Петербург» провела масштабное исследование, в ходе которого были выявлены 100 лучших брендов, ассоциирующихся с Санкт-Петербургом [3]. Журналисты и читатели издания назвали 200 брендов, возникших в Петербурге и прочно ассоциирующихся с ним, затем среди них были выявлены наиболее успешные. В их число вошли Петергоф, Эрмитаж, Кировский завод, Газпром, Большой Гостиный Двор, Новая Голландия, ВКонтакте, Севкабель-порт, Смешарики и др. По нашему мнению, большинство брендов, попавших в данный рейтинг, оправдывают гордое звание «Петербургский».

Принадлежность к историко-культурному наследию тех или иных компаний изменяет их восприятие обществом и возможности позиционирования, а также расширяет сферу их деятельности. Так, Елисеевский магазин воспринимается горожанами не только как поставщик продовольственных товаров премиум-класса, но и как знаковый туристический объект. Другим примером может служить АО «Императорский фарфоровый завод» (ИФЗ) – одно из старейших предприятий города (основано в 1744 г.). С одной стороны, это успешно развивающийся промышленный, а с другой – культурный бренд (известно, что музей ИФЗ с 2001 г. находится под управлением Эрмитажа) [4].

Рассмотрим в качестве примера успешного использования своей истории промышленным предприятием группу компаний «Кировский завод» – самый яркий символ индустриального Петербурга. Путиловский завод был основан в 1789 г. в Кронштадте, а в 1801 г. переведен в Петербург. К началу XX вв. это было одно из крупнейших промышленных заведений России, из ворот которого выходили рельсы, паровозы и железнодорожные вагоны, пушки и снаряды, плавучие доки и железные конструкции мостов, инструментальная сталь и другая продукция. На заводе работали 12 тыс. человек, больше, чем на любом другом предприятии в стране. Позднее, в годы первых пятилеток, «Красный путиловец» (с 1934 г. – Кировский завод) стал символом индустриального рывка, мощи советской промышленности. Здесь выпускались первые советские тракторы, паровые турбины, паровозы, оборудование для строительства метрополитена, подъемные сооружения для плотин и шлюзов. В общественном сознании сложился образ индустриального гиганта, которому все по плечу [5].

Сегодня Кировский завод активно использует свою богатую историю в продвижении бренда предприятия, формировании корпоративной идентичности. Так, внимания заслуживает специальный проект – корпоративный календарь «218 лет вместе с Россией», выпущенный в 2019 году, на страницах которого рассказано об уникальных изделиях, которые были созданы на заводе и стали символами Северной Пальмиры. Таким образом, бренд Кировского заво-

да строит свою идентичность на непосредственной причастности к истории и культуре города, напоминая о своем вкладе в ее создание.

Другим примером компании, которая строит свой бренд, активно используя имидж и богатое историко-культурное наследие Петербурга, является книготорговая сеть «Буквоед» (первый магазин был открыт в 2000 г.). Хотя магазины этой сети есть и в других городах Северо-Запада, сеть в целом позиционирует себя как «петербургская». В 2016 году в рамках городской программы продвижения качественных товаров и услуг местных производителей компания была отмечена знаком «Петербургская марка качества». На сегодняшний день «Буквоед» по-прежнему активно использует бренд Петербурга в своем продвижении. Так, на сайте компании существует специальный раздел «Привет из Петербурга», в котором предлагается разнообразная сувенирная продукция (блокноты, кружки, планшеты, подушки и др.) с символикой Петербурга (отметим, что в число своеобразных достопримечательностей города включены не только Эрмитаж или Исаакиевский собор, но и петербургские дворы-колодцы, петербургская погода и даже петербургские коты). В 2019 году в рамках ребрендинга компании была создана новая бренд-концепция «Буквоед – Знаковые книжные Петербурга». Фраза «Знаковые книжные Петербурга» стала своеобразным слоганом бренда, а различные отсылки к петербуржцам и Петербургу стали появляться на имиджевых материалах сети. Так, например, на сайте «Буквоеда» можно встретить постеры с надписями: «Петербургжец возмутится только если запретить продавать книги после 22:00» или «Если петербуржец предлагает пройтись, уточните, по улицам или по книжным новинкам» [6]. Так бренд напрямую ассоциирует себя не только с городом, в котором активно развивается, но и с его общепринятой и понятной культурой поведения, его нематериальным, символическим наследием.

Отдельно стоит выделить бренды, которые не только используют историко-культурное наследие в своем продвижении, но и сами по себе являются объектами историко-культурного наследия города. Наиболее показательным примером в этом плане является Государственный Эрмитаж.

Эрмитаж представляет собой бесспорный, апробированный временем элемент петербургского имиджа. С одной стороны, музей признан общемировым брендом, с другой – его коллекции, а также само главное здание Эрмитажа – Зимний дворец, являются одним из главных объектов историко-культурного наследия Санкт-Петербурга и России.

Об имидже Эрмитажа свидетельствуют данные социологических исследований. В качестве примера приведем результаты исследования наиболее часто упоминаемых образов, связанных с Петербургом, проводившегося в 2015 году в социальных сетях. К опросам было привлечено 2 000 чел. в возрасте до 35 лет. В исследовании принимало участие 65% россиян и 35% жителей других стран (США, Великобритании, Германии, Италии, Франции, Польши, Малайзии, Таиланда, Китая, Японии, Филиппин, Мексики, Белоруссии, Латвии, Эстонии, Литвы, Казахстана) [7].

Согласно исследованию, образ Эрмитажа как одного из главных символов Санкт-Петербурга был упомянут практически все-

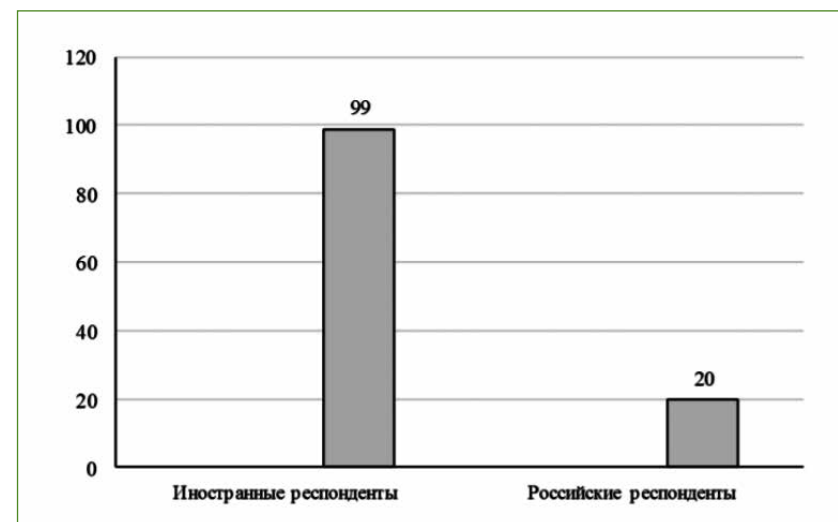


Рис. 1. Частота упоминания образа Эрмитажа в ответах, %

ми зарубежными респондентами и только пятой частью наших соотечественников.

Анализируя данные вышеупомянутого исследования газеты «Деловой Петербург», нельзя не отметить и некоторые новые бренды историко-культурного кластера, которые создаются на наших глазах, возрождая историю города, и одновременно строя новые смыслы и вдыхая новую жизнь в исторические объекты Санкт-Петербурга. Одним из таких активно выстраиваемых брендов является Севкабель-порт – новое культурно-деловое пространство Петербурга, а в прошлом – территория знаменитого на всю Россию кабельного завода «Севкабель». Это удачный пример того, как гармонично историко-культурные объекты вписываются в современную жизнь города, ведь именно культура и история этого места, уникальная, пропитанная историей архитектурная концепция проекта, а также его наполненность культурными событиями и мероприятиями, создали «Севкабель-порту» уникальный имидж современного культурного пространства с богатым историческим наследием.

Таким образом, среди наиболее успешных компаний Петербурга нередко встречаются те, которые либо активно используют свою историко-культурную идентичность, либо прочно ассоциируются с городом, либо в целом являются объектом историко-культурного наследия.

Санкт-Петербург обладает большим количеством культурных и исторических атрибутов, которые могут ложиться в основу создания эффективных коммуникационных стратегий брендов как всего города, так и компаний, позиционирующих себя как «петербургские» и имеющих непосредственное отношение к истории и культуре города. Логично предположить, что использование историко-культурного наследия в построении бизнеса, могло бы стать выигрышной стратегией, придерживаясь которой бизнес мог бы рассчитывать не только на коммерческий успех, но и на поддержку государственных структур, заинтересованных в сохранении тех или иных объектов истории и культуры.

Библиографический список

1. Historic Centre of Saint Petersburg and Related Groups of Monuments [Электронный ресурс] URL: http://whc.unesco.org/en/list/540/multiple=1&unique_number=1958 (дата обращения 15.03.2022).
2. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 1 ноября 2005 г. N 1681 «О Петербургской стратегии сохранения культурного наследия».
3. 100 успешных брендов, ассоциирующихся с Петербургом // Деловой Петербург [Электронный ресурс] URL: <http://story.dp.ru/rb#rec124420678> (дата обращения 13.12.2021).
4. **Никонова А. А., Окорочкова А. С.** К истории комплектования фондов музея Императорского фарфорового завода // Вопросы музеологии. 2012. № 2. С. 72–79.
5. **Ульянова С. Б.** Путиловский завод: история индустриального символа // PR-технологии в информационном обществе : матер. IX Всеросс. научно-практич. конференции. Санкт-Петербург, 29 апреля 2014 г. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2014. – С. 21–25.
6. Буквоед – книжный интернет магазин [Электронный ресурс] URL: <https://www.bookvoed.ru/> (дата обращения 15.03.2022).
7. **Пашкус В. Ю.** Формирование сильного культурного бренда Санкт-Петербурга / В. Ю. Пашкус, Н. А. Пашкус, М. В. Пашкус // Региональная экономика: теория и практика. – 2016. – № 2. – С. 39–53.

Семенова Ксения Дмитриевна – студент, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: kseniasemyonova2000@mail.ru. Тел.: +7 (999) 2121-19-90.

Михаил Сергеевич Скребов
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЦЕЛЕВЫХ КЛИЕНТОВ КАК РАЗВИВАЮЩЕЕСЯ НАПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК PR-ОТДЕЛОВ

Аннотация. Поскольку любая организация не может функционировать без четко выстроенной коммуникационной системы, которая подразумевает управление внешними информационными потоками, в данной статье уделяется внимание выявлению роли PR-инструментария в системе коммуникаций компании. Рассматриваются актуальные системы внешних коммуникаций, а также PR-средства, при помощи которых возможно привлечь и развить связи с крупными клиентами на B2B рынке.

Ключевые слова: коммуникативные практики, B2B, социальные коммуникации, внешний PR, теория социальных коммуникаций.

Mikhail S. Skrebov
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

WAYS TO ATTRACT TARGET CUSTOMERS AS A DEVELOPING AREA OF COMMUNICATION PRACTICES OF PR DEPARTMENTS

Abstract. Since any organization cannot function without a well-built communication system, which implies the management of external information flows, this article focuses on identifying the role of PR tools in the company's communications system. The current systems of external communications are considered, as well as PR tools with which it is possible to attract and develop connections with large clients in the B2B market.

Keywords: Communicative practices, B2B, social communications, external PR, theory of social communications.

С развитием интернета мир изменился – клиенты уже не ищут информацию о компании, но ждут, когда нужная информация найдет их. В B2C клиент сам заинтересован в приобретении товара, а в B2B еще предстоит доказать, что взаимовыгодное сотрудничество возможно именно с вашей компанией. В отличие от прямых продаж, в секторе B2B важную роль играет PR, ведь одних лишь эффективных акций недостаточно, чтобы привлечь крупных целевых клиентов. А, как известно, целевые клиенты – это те потребители, взаимодействие с которыми является основой долгосрочного бизнеса, и которые, соответственно, приносят основную прибыль. К целевым причисляются как потенциальные, так и реальные клиенты, заинтересованные в предлагаемом компанией продукте и имеющие финансовые возможности для его приобретения. Коммуникации между компанией и клиентом создают PR-отделы. Коммуникативная практика PR-отделов стремительно развивается, многие компании вводят собственные стратегии привлечения внешней аудитории, которые в дальнейшем применяют компании конкуренты. «Коммуникативная практика» – широкое понятие, включающее в себя привычные социальные действия, основанные на коллективном опыте и нацеленные на поддержание и развитие коммуникации. Вместе с тем следует отметить, что теория социальных коммуникаций – это область, которая переживает стремительное развитие, а потому ряд определений, понятий и концепций постоянно нуждаются в уточнении и тщательном критическом анализе [1]. В первую очередь, это касается такого новомодного понятия, как «коммуникативные практики». Отсюда коммуникативные практики – это упорядоченные совокупности образцов рациональной деятельности, направленной на передачу или прием социально значимой информации. В современном мире, под социально важной информацией, автор понимает информацию, которая поможет в привлечении целевых клиентов. Коммуникативные практики – это также постоянное воспроизводство систем коммуникаций различного уровня.

Чтобы коммуникации были эффективными – нужно использовать действенные подходы и PR-инструменты. Например, если

компания налаживает коммуникации с крупными целевыми клиентами, то в данном случае будет уместным использовать такую тактику привлечения, как проведение исследования в микро-сегменте целевых клиентов. Сбор информации о целевых клиентах – один из самых сложных моментов в большом B2B. И первый шаг – профилирование: сбор информации о целевом клиенте через проведение исследования (например, трендов в сегменте рынка) [4]. Для этого используется два варианта. В первом случае компания выходит на нужное должностное лицо компании-клиента и просит принять участие в исследовании (в обмен можно пообещать выслать итоговый результат). Другой вариант вовлечения целевого клиента – попросить прокомментировать какой-то аспект бизнеса или обратиться за цитатой. В результате на руках: информация об инициативах целевого клиента, первый установленный контакт, и заинтересованность в сотрудничестве. Партнеры обращают на это внимание.

Также, мониторинг медиа и социальных сетей играет немалую роль в построении коммуникаций. Любой менеджер по продажам будет признателен PR-специалистам за еженедельный обзор событий, упоминаний, статей, цитат о своих целевых клиентах или с их участием. Кроме необходимости быть в курсе того, что происходит на рынке, ему очень нужны «зацепы» – причины выйти на связь, напомнить о себе, поддержать диалог. Например, компания X делает ежемесячные рассылки изменений законодательства по сферам бизнеса, которые интересны их клиентам: ЖКХ, строительство, энергоэффективность, импортозамещение и т. д. У них есть договор с юридической компанией, она готовит им обзор новых законов и инициатив. Компания X приводит этот обзор в удобочитаемый вид, т. к. юридический язык очень специфичен, излагает максимально простым языком и, конечно же, приводит ссылки на все нормативно-правовые документы [4].

Для B2B-компаний задача продвижения бренда, как правило, не является приоритетной. PR фокусируется на продвижении экспертизы, например, на создании имиджа технологического лидера. Участие в отраслевых мероприятиях в качестве спикеров (не

экспонентов) – это один из двух главных инструментов достижения таких целей наряду с насыщением инфополя экспертными материалами. Так же на B2B рынке преимущество имеют те компании, чьих специалистов знают в лицо и по имени. Чтобы их видели, читали, слушали, смотрели. Начать диалог тому, с кем заочно «знакомы», намного легче. Как минимум, есть темы для small talk.

Одним из современных PR-инструментов является «Thought leadership», или (не точный, но близкий перевод) «идейное или интеллектуальное лидерство», – это направление маркетинга особенно важно для B2B-компаний из-за очень длительного цикла продажи и большого количества людей, принимающих решения о сделке. Интеллектуальное лидерство – это глубокое знание темы или отрасли, сформулированная точка зрения, выводы, аргументированный призыв к действию и немалое количество усилий по публичному распространению этого [3]. В пример можно привести известную компанию Netflix. 6 лет назад Рид Хастингс опубликовал на Slideshare 126-страничную презентацию Netflix Culture, посвященную тому, как он нанимает, увольняет и премирует сотрудников. Презентацию назвали «самым важным из всех документов, когда-либо выпущенных Кремниевой долиной». Она была просмотрена более 8 млн. раз и создала кучу разговоров среди других бизнес-лидеров о том, какой должна быть культура организации [4]. Для того, чтобы донести идейное лидерство другим целевым клиентам, наиболее эффективным форматом являются «камерные» мероприятия, то есть для узкого круга лиц. Это могут быть встречи директоров с фокусом на нетворкинг, программы по развитию отношений на уровне «директор-директор», брифинги, визиты в инновационный центр компании. Фокусные клиентские мероприятия – это очень эффективный формат, который позволяет не только продемонстрировать свою экспертизу, но и выстроить последовательную цепочку взаимодействия с ключевыми персонами компании-клиента. Для эффективного процесса продаж очень важно правильно определить механизм принятия решений в конкретной организации, что может значительно упростить работу и обеспечить лояльность к вашей компании. В Nexign (пер-

вый в России разработчик биллинга для телекоммуникационных компаний) практикуют такие форматы, как круглые столы, тематические вебинары с экспертами, а также референс-визиты и user-groups с представителями компаний-клиентов, в том числе и в онлайн формате, где обсуждают основные тренды отрасли, потребности бизнеса компаний, возможности технологий, а также развитие совместных проектов.

История успеха является неотъемлемой частью коммуникационной кампании. PR-команда лучше всех сможет описать кейс и разместить его на нужных площадках. Хороший кейс – это не одностраничник; хороший кейс – это объемный документ. Внутри – проблема, которая была у клиента, почему эту компанию выбрали, подробное описание проекта, этапы, процессы, диаграммы, фото, результат в цифрах, отзыв клиента.

В некоторых компаниях в обязанности PR-отдела входят ведение корпоративного сайта, участие в выставках, social selling, персонализированный директ-мейл. PR-команда лучше всех сможет описать кейс и разместить его на нужных площадках, ведь история успеха является неотъемлемой частью коммуникационной кампании. Эти точки касаний также используются для привлечения и развития крупных целевых клиентов. Всё зависит от специфики и структуры бизнеса. Только за счёт слаженной работы отделов маркетинга, PR и отдела продаж возможен хороший эффект в работе с крупными целевыми клиентами.

Библиографический список

1. Сергодеев В. А. Коммуникативные практики в сетевых интернет-обществах. – М.: Вестник Адыгейского государственного университета, 2014. – 45 с.
2. Костылева Н. В., Котляревская И. В. Управление коммуникациями в менеджменте: учебное пособие. – М.: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 38–40 с.
3. Даудрих Н. И. Особенности организации онлайн исследований при изучении внутрикорпоративных коммуникаций. Тр. конф. «Современная социология – современной России». – М.: НИУ «ВШЭ», 2012.
4. Марушевский А. А. Как отдел PR и коммуникаций может помочь в привлечении крупных целевых клиентов // #B2B Journal [Электронный

ресурс] URL: <https://b2b-journal.ru/article/kak-otdel-pr-i-kommunikaczij-mozhet-pomoch-v-privlechenii-krupnyih-czelevyih-klientov> (дата обращения 04.04.2022).

5. Горохов В. М., Гринберг Т. Э. Связи с общественностью: Векторы развития в медиатизированном обществе // Медиаскоп. – 2018. – № 4 [Электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/2507> (дата обращения 04.04.2022).

Скребов Михаил Сергеевич – магистр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. Тел.: 8 (981) 989-46-22. E-mail: misha.skrebov@yandex.ru.

УДК 316.35

Алена Николаевна Соколова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ НАЧИНАЮЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО РЕКЛАМЕ И PR: ЗАПРОС РАБОТОДАТЕЛЕЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ (НА ПРИМЕРЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПЛОЩАДКИ HEADHUNTER.RU)

Аннотация. В статье отражены результаты контент-анализа ключевых запросов на знания и навыки молодых специалистов от работодателей на коммуникационной площадке Headhunter.ru. Исследование выявило ключевые навыки, необходимые специалистам по рекламе и PR, их личные качества, направления деятельности, на которых акцентировано внимание работодателей. Проведено сравнение предлагаемой работодателями заработной платы со средними показателями в сфере по данным Федеральной службы государственной статистики по г. Санкт-Петербургу.

Ключевые слова: молодой специалист, специалист по рекламе и PR, профессиональные навыки, запрос работодателя.

Alena N. Sokolova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

**PROFESSIONAL COMPETENCES OF BEGINNERS
IN ADVERTISING AND PR: REQUEST OF EMPLOYERS
IN ST. PETERSBURG (BY THE EXAMPLE OF THE
HEADHUNTER.RU COMMUNICATION PLATFORM)**

Abstract. The article reflects the results of a content analysis of key requests for knowledge and skills of young professionals from employers on the communication platform Headhunter.ru. The study revealed the key skills needed by advertising and PR specialists, their personal qualities, areas of activity that employers focus on. A comparison was made of the salary offered by employers with the average indicators in the field according to the Federal State Statistics Service for St. Petersburg.

Keywords: young specialist, advertising and PR specialist, professional skills, employers' request.

Благодаря развитию цифровых технологий в современном обществе был усовершенствован процесс поиска работы. В настоящее время эффективной коммуникации между соискателем и работодателем способствуют цифровые площадки, позволяющие размещать объявления и просматривать вакансии и резюме онлайн с минимальными издержками.

Однако несмотря на явные преимущества такого способа взаимодействия с потенциальными работодателями, неопытный специалист может потерять уверенность на фоне значительного количества различных резюме. Для того чтобы понять, какие основные требования к ключевым навыкам и качествам специалистов по рекламе и PR предъявляют потенциальные работодатели, было решено провести контент-анализ сайта по поиску работы — Headhunter.ru.

Согласно данным сервиса SimilarWeb, сайт Headhunter.ru занимает 1 место в рейтинге трафика веб-сайтов по сравнению с другими веб-сайтами по поиску работы в России, причём 52%

пользователей приходят в него напрямую (не по ссылке, через социальную сеть или почту) [1]. Помимо этого, кадровое агентство ИМ Консалтинг [2], интерактивный сервис в сфере интернет-рекрутмента HRhome [3] и образовательный проект 4brain [4] в рейтингах площадок для поиска работы единогласно указывают, что Headhunter.ru занимает первое место, поэтому для исследования выбрана именно эта площадка.

Исследование проведено в декабре 2021 года. Были проанализированы результаты по поиску вакансий, в тексте которых содержатся слова «реклама» или «PR».

Категория контент-анализа — ключевые навыки, указываемые работодателями в вакансиях по поиску специалистов в рекламе и PR. Единицы анализа определялись в процессе работы, поскольку пополнялись по мере знакомства с вакансиями, и будут представлены далее. Единица счета — слово или словосочетание.

При поиске были заданы следующие критерии: регион — «Санкт-Петербург»; опыт — «нет опыта»; отрасль компании не учитывалась в анализе. Из анализа исключены нерелевантные результаты (консультант торгового зала, сотрудник call-центра и пр.). Некоторые требования объединены в одну категорию анализа, поскольку не несут большой смысловой разницы, например, «редактирование текстов» и «корректурa текстов» и т. д. Были выделены 200 единиц анализа, 90 из которых исключены по причине единичных случаев упоминания. Среди всех навыков, которые работодатели включили в раздел ключевых, особенно значимыми являются шесть.

На первом месте «SMM», поскольку 27,3% работодателей отметили этот вариант. Данный факт может говорить о том, что наиболее востребованными навыками рекламистов на данный момент оказываются те, которые помогают привлекать клиентов из социальных сетей. Это обосновано постоянным быстрым ростом количества пользователей социальных сетей. По данным DataReportal, на данный момент в мире насчитывается 4,2 млрд. пользователей социальных сетей. При этом за последний год цифра стала больше на 490 млн. Социальными сетями в 2021 году пользуются 53,6 %

мирового населения [5]. Такой стремительный рост числа пользователей указывает на то, что социальные сети имеют большой потенциал для развития, и нельзя игнорировать современные тренды. Компании и бренды должны быть представлены в социальных сетях и работать на этих площадках качественно, поэтому специалисты, имеющие навыки продвижения в социальных сетях, пользуются большим спросом.

На втором месте находится «навык интернет рекламы». Этот пункт отметили в своих вакансиях 25,6% работодателей. Важно учитывать, что первый и второй пункты неразрывно связаны, и тенденции, которые относятся к SMM, также действуют и в сфере интернет рекламы.

Третье место занимает «грамотная речь». Этот навык указали в качестве ключевого 23,1% работодателей. Грамотность принципиально важна для специалистов по рекламе и PR, потому что они несут ответственность за взаимодействие с аудиторией. Орфографические, пунктуационные или речевые ошибки могут оказать негативное влияние на результаты рекламной деятельности, поскольку клиент не будет отделять написанный на сайте или в социальной сети текст от компании, не будет делать скидку на то, что специалист по рекламе не отвечает за качество продукции или услуги. Клиент будет ассоциировать некомпетентность с брендом и степень доверия может значительно снизиться.

Наряду с грамотной речью третье место в рейтинге требований к соискателям занимает навык работы в команде, его отметили 23,1% работодателей. Работа в команде всегда эффективнее, чем в одиночку, однако команда эффективна только тогда, когда каждый член этой команды нацелен на общий результат, умеет и готов работать сообща.

На четвертом месте снова два показателя — «креативность» и «навыки продвижения бренда». В 22,3% вакансий мы встретили креативность как один из ключевых навыков, ожидаемых от специалиста по рекламе. Это объясняется тем, что в современном мире информации вокруг людей настолько много, что завоевать внимание потенциальных клиентов становится все сложнее. Успешный

маркетинг и продвижение невозможны без творчества и нестандартных идей, потому что обыденность уже не привлечет клиентов.

Продвижение бренда в качестве значимого навыка соискателя также отмечено в 22,3% вакансий. От специалистов по рекламе и связям с общественностью сейчас ждут не просто рекламу товара или услуги, а качественное продвижение бренда, которое поможет отстраиваться от конкурентов, повышать узнаваемость, доверие и лояльность клиентов.

Меньшее значение в группе необходимых навыков набрали (по 1,7%) «высокая скорость печати», «коммуникабельность», «пунктуальность», «слепая печать», «умение продавать», «самообучаемость», «аналитическое мышление», «внимательность», «самостоятельность». А также (по 0,8%) «ответственность», «инициативность», «активность», «навыки межличностного общения», «стрессоустойчивость», «сосредоточенность», «умение выступать перед публикой», «целеустремленность и навыки продаж». Полученный результат не свидетельствует о том, что данные навыки не важны, скорее это указание на то, что есть более значимые позиции в сравнении в перечисленными.

Работодатели дают понять соискателям, что ждут от них навыки работы с текстом. Так, в актуальных на декабрь 2021 года предложениях по поиску работы встретились: «копирайтинг» (19,8%), «написание текстов» (17,4%), «написание статей» (6,6%), «редактирование текстов» (4,1%), «рерайтинг» (2,5%). Эти навыки помогут не только в создании контента, но и для коммуникации с партнерами и клиентами. Навыки деловой переписки ждут 14% работодателей, деловой коммуникации — 11,6%, ведения переговоров также 11,6%, а телефонных переговоров — 4,1%. Помимо отличного владения русским языком специалист по рекламе и PR должен знать английский, так считают 9,9%.

Для работодателей важно, чтобы специалист умел работать в специальных программах: Adobe Photoshop (19%), MS PowerPoint (9,9%), Adobe Illustrator (4,1%), MS Excel (4,1%) и на цифровых сервисах: «Яндекс.Метрика» (7,4%), Google AdWords (6,6%), «Яндекс.Директ» (5,8%), Google Analytics (5,8%).

Помимо прочего, от соискателей ждут навыков проведения маркетингового анализа (9,1%) и маркетинговых исследований (6,6%), будущие сотрудники компаний должны уметь организовывать мероприятия (8,3%), готовить презентации (8,3%) и проводить их (5,8%).

Также при анализе вакансий был произведен расчет заработной платы, которую предлагают работодатели. Среди тех, кто указывал этот пункт, мы брали в расчет среднее значение из диапазона. Итак, среднее значение среди всех вакансий — 55,6 тыс. руб. Этот показатель без сравнения не говорит нам ни о чем, поэтому обратимся к данным Федеральной службы государственной статистики «Петростат».

Рекламная деятельность и исследование конъюнктуры рынка относятся к профессиональной, научной и технической деятельности, судя по общероссийскому классификатору видов экономической деятельности [7], поэтому при распределении доходов мы учитываем сумму, относящуюся к профессиональной, научной и технической деятельности. Итак, «средняя номинальная заработная плата, начисленная за сентябрь 2021 года, по полному кругу организаций, составила 74608 рублей» [8], а тот же показатель по нужному нам направлению составляет 100412 рублей. Теперь мы видим, что средняя заработная плата, предлагаемая работодателями специалистам в сфере рекламы и PR без опыта, составляет примерно половину от средней заработной платы в этой сфере по Санкт-Петербургу.

Итак, в ходе проведенного анализа мы выявили основные требования к ключевым навыкам специалистов по рекламе и PR. Среди них особенно выделяются SMM и интернет-реклама. Работник должен качественно взаимодействовать с коллегами, быть грамотным и креативным. Также для специалиста из этой области немаловажно умение обращаться с текстовой информацией и специальными программами и сервисами. В основном, это Adobe Photoshop, программы из пакета MS Office, а также различные метрики.

Библиографический список

1. SimilarWeb: официальное измерение диджитал пространства: [сайт]. — Киев, 2021. — URL: <https://www.similarweb.com/ru/website/hh.ru/#overview>. — Яз. рус., англ., яп., фр., порт., кит., нем. — (Дата обращения: 04.12.2021).
2. Сайты по поиску работы. — Текст : электронный // ИМ Консалтинг : [сайт]. — Москва. — URL: <https://www.im-konsalting.ru/blog/sajty-po-poisku-raboty/> (Дата обращения: 05.12.2021)/
3. Рейтинг сайтов о работе. — Текст : электронный // HRhome : [сайт]. — Барнаул, 2018. — URL: <https://www.hrhome.ru/rating.htm> (Дата обращения: 05.12.2021).
4. Топ-10 лучших сайтов по поиску работы. — Текст : электронный // 4brain : [сайт]. — Москва, 2016. — URL: <https://4brain.ru/> (Дата обращения: 05.12.2021).
5. Digital around the world [website]. — Geneva, 2021. — URL: <https://datareportal.com/global-digital-overview> (Date of treatment: 08.12.2021).
6. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности : утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 N 14-ст.: (ред. от 12.08.2021). — СПС «КонсультантПлюс» / (Дата обращения: 08.12.2021). — Текст : электронный.
7. Уровень жизни. — Текст : электронный // Петростат: Управление Федеральной службы государственной статистики по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области : [сайт]. — Санкт-Петербург, 2021. — URL: <https://petrostat.gks.ru/folder/27950> (Дата обращения: 08.12.2021).

Соколова Алена Николаевна — магистратура, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: aalenasokolovaa@yandex.ru.

Виктория Кареновна Филимонова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В РАЗВИТИИ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация. Статья посвящена вопросу значимости формирования фирменного стиля для построения имиджа предприятия. Проанализированы определения «фирменный стиль», «имидж», рассмотрены цели формирования фирменного стиля. Даны характеристики этих понятий относительно сферы рекламы и связей с общественностью. Подробно проанализирован проект «Труба24» металлургической организации «Трубасейл». На примере данной организации разработаны элементы фирменного стиля: фирменные цвета, фирменный шрифт. Дана характеристика и выявлена ценность формирования фирменного стиля для построения имиджа успешной компании в металлургической отрасли.

Ключевые слова: фирменный стиль, имидж, металлургическое предприятие.

Victoria K. Filimonova
Peter the Great St. Petersburg
olytechnic University

CORPORATE IDENTITY IN THE DEVELOPMENT OF THE IMAGE OF THE METALLURGICAL INDUSTRY ENTERPRISE

Abstract. The article is devoted to the analysis of the importance of corporate identity formation for building the image of an enterprise. The definitions of «corporate identity», «image» are analyzed, the goals of corporate identity formation are considered. Quotes and definitions of outstanding people in the field of advertising and public relations are given. The project «Truba24» of the metallurgical organization «Trubasale» is analyzed in detail. The corporate identity has been developed on the example of this organization. Specifically, corporate colors, corporate font. The value of corporate identity formation for building the image of a successful company is revealed.

Keywords: corporate identity, image, corporate colors and fonts, favorable image of the enterprise, the objectives of the formation of the corporate identity of the metallurgical industry.

В течение последнего века промышленность является одной из главных отраслей экономики. Именно промышленность, оказывает большое влияние на благосостояние общества и уровень экономического развития страны. Представители менеджмента предприятий металлургической сферы выделяют слабое развитие маркетинговой политики на предприятиях. Кризисные процессы, развитие транспортных экономических отношений, постоянно растущая конкуренция между организациями, быстрое развитие и внедрение интернет-ресурсов во все сферы жизни человека, привели к необходимости изучения знаний, навыков и умений для немедленного реагирования на изменения внешней среды организации. Для приобретения этих навыков, прежде всего, необходимо изучить различные факторы социальной, политической, экономической жизни. Более того, важно владеть знаниями в области маркетинга. Осознавать все тонкости не только на международном, но и на внутреннем уровнях ведения собственного бизнеса.

Основное внимание в построении имиджа компании уделяется фирменному стилю. Он включает в себя применение единых принципов цветовых сочетаний и способов оформления для всех форм рекламы, упаковки продукции, документации, одежды сотрудников, дизайна офиса, и других компонентов, имеющих отношение к компании. Для российских компаний фирменный стиль стал главным современным свойством для развития стратегий коммуникации, позволяющих идентифицировать компанию. Данную тенденцию можно проиллюстрировать возрастающим вниманием к своему корпоративному имиджу. От него зависит стабильный и продолжительный коммерческий успех.

Перейдем к значимости фирменного стиля, непосредственно, в формировании имиджа компании на примере проекта «Труба 24» коммерческой организации ООО «Трубасейл». Фирменный стиль – средство формирования имиджа компании, а также определенная база данных. Он охватывает множество слоев. Для каждой

компании существуют базовые элементы фирменного стиля. Например: логотип, фирменные цвета и шрифты, фирменный бланк, корпоративная и персональная визитные карточки, брендбук, различные типы конвертов, фирменная папка для бумаг. Компоненты фирменного стиля помогают потребителю отличить Вашу продукцию от других [1].

Важным аспектом общего сознания и анализа предприятия является создание общего мнения, то есть впечатления, которое оно оказывает. Говоря другими словами, создание имиджа компании. Абстрагируясь от желаний PR-специалистов, а также самого предприятия, имидж — это очевидный фактор, занимающий важную роль в анализе любого социального, политического или экономического процесса. Понятие «имидж» происходит от латинского «imitari», означающего «имитировать». Согласно толковому словарю Вебстера, имидж — это искусственная имитация или преподнесение внешней формы какого-либо объекта и, особенно, индивида или группы. Он является мысленным представлением о человеке, товаре или институте, целенаправленно формирующимся в массовом сознании с помощью рекламы либо пропаганды.

В книге «Паблицити и паблик рилейшнз» Д. Доти дает широкую и понятную трактовку имиджа: «это произведение, постоянно создающееся как словами, так и образами», которые причудливо перемешиваются и превращаются в единый комплекс. Имидж — это образ организации, существующий в сознании людей. У каждой организации существует имидж, несмотря на то, работает она над ним или нет. Если пустить все своим чередом, то имидж в сознании потребителей сложится спонтанно, и неизвестно, насколько благоприятным он будет. Можно сказать, что нужно выбирать решение о управляемом и неуправляемом имидже. Формирование благоприятного имиджа для организации — процесс, как правило, более выгодный и менее трудоемкий, чем исправление спонтанно сформировавшегося неблагоприятного образа [2], вероятность появления которого связана с психологической особенностью человека: потребители более склонны публиковать и транслировать отрицательные впечатления, чем публично делиться положительным опытом.

Перейдем к понятию и целям формирования фирменного стиля. Приведу удачное определение фирменного стиля по А. Добробабенко: «Фирменный стиль — это набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации ее внутреннего и внешнего оформления» [3].

Можно выделить основные цели формирования фирменного стиля:

1) идентификацию продуктов фирмы и указание на их связь с фирмой;

2) выделение продуктов фирмы из общей массы аналогичных продуктов ее конкурентов.

Понятие «фирменный стиль» введено теоретиками рекламы. За рубежом используются синонимы фирменного стиля, такие как «система фирменной идентификации», «координирование дизайна», «проектирование внешнего облика предприятия» [4].

Главное условие для формирования устойчивой индивидуальности бренда как составной части имиджа состоит в готовности менеджеров компании принять на себя ответственность по активному менеджменту имиджа, т.е. внимательно работать над его названием, логотипом, слоганом, другими компонентами. Именно на этом этапе сейчас находится проект «Труба 24» компании ООО «Трубасейл». Это новый проект, который с осени 2021 г. начала продвигать коммерческая организация, и компания заинтересована в создании фирменного стиля данной площадки для размещения на ней рекламных объявлений в металлургической сфере. На данном этапе необходимо разработать логотип, фирменный цвет и фирменный шрифт, слоган проекта.

В качестве логотипа может быть предложена концепция, состоящая из 2-х значений. Первое, название проекта — «Truba», второе, означающее постоянное время работы онлайн-площадки — «24».

Выбор фирменных цветов обусловлен представлениями о сфере деятельности предприятия. Так как производство выпускает трубную продукцию, то основной цвет «Truba» темно-серый. Желтый цвет «24» привлекает внимание и указывает на особенное время ра-

боты. Его часто используют для создания положительных эмоций и привлечения импульсивных покупателей на высококонкурентном рынке, где эмоции могут способствовать принятию решения о покупке, цвет подходит для указателей и обозначения скидок.

Фирменный шрифт, как вариант, может включать шрифты без засечек (sans-serif). Шрифты без засечек появились не раньше XIX века, намного позже, чем традиционные шрифты с засечками (засечки использовались в типографской работе для расположения букв на печатной доске), поэтому люди склонны воспринимать их как более современные. Из этой классификации наиболее подходит шрифт «Roboto» полужирный.

Таким образом, в данной статье рассмотрена важность формирования имиджа при создании фирменного стиля предприятия. Представлены различные определения и характеристики основных понятий и терминов, таких как «фирменный стиль», «имидж», описаны цели формирования фирменного стиля. На примере проекта «Труба24» металлургической организации «Трубасейл» разработаны элементы фирменного стиля, проанализированы и обоснованы фирменные цвета и шрифт.

Библиографический список

1. Дороти Доти И. «Паблсити и паблик рилейшнз» — М.: Информ.-изд. дом «Филинь», 1996. — 125 с.
2. Добробабенко Н. С. Фирменный стиль: принципы разработки. — М., 1989. — 159 с.
3. Гольман И. А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организация. — М.: Гелла-принт, 2002. — 400 с.
4. Портал металлопроката: продажа-покупка проката, трубы, арматуры, метизов: [Электронный ресурс]. URL: <https://truba24.ru/>. (Дата обращения: 12.03.2022).
5. Ромат Е. В. Реклама. — СПб.: Питер, 2002. — 544 с.

Филимонова Виктория Кареновна — бакалавр, Высшая школа медиа-коммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: avgystaf@mail.ru.

УДК 659.3

*Ирина Алексеевна Фрей,
Александра Константиновна Лопухова,
Виктория Алексеевна Пулькина*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ЦИФРОВОЙ ЯЗЫК ТЕЛА В МАРКЕТИНГЕ

Аннотация. Статья посвящена вопросу актуальности использования цифрового языка тела в маркетинге. В ней приводятся актуальные данные статистики по росту аудитории социальных сетей и пользователей Интернета в России в целом, обосновывается важная роль в применении аналитики данных по цифровому языку тела пользователей различных интернет-ресурсов в повышении эффективности маркетинговых кампаний. Описывается понятие «digital body language», приводятся примеры способов выражения цифрового языка тела в онлайн-коммуникациях. Также в работе рассматриваются результаты проведенного авторами онлайн-анкетирования студентов и преподавателей направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» на предмет значимости и потенциала применения цифрового языка тела в современных коммуникациях.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, цифровой маркетинг, язык тела, коммуникации, цифровой язык тела.

*Irina A. Frei,
Alexandra K. Lopukhova,
Victoria A. Pulkina*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

DIGITAL BODY LANGUAGE IN MARKETING

Abstract. The article is devoted to the relevance of using digital body language in marketing. It contains recent statistics of the growth of social networking audience and Internet users in Russia as a whole, and proves the importance of using analytics on the digital body language of users of various Internet resources

in increasing the effectiveness of marketing campaigns. The authors describe the concept of “digital body language” and give examples of the ways digital body language is expressed in online communications. The authors also present the results of online survey held among the students and teachers of the Advertising and Public Relations field of study to assess the importance and potential of digital body language in modern communications.

Keywords: Internet marketing, digital marketing, body language, communications, digital body language.

В современных условиях цифровизации активно растет потребность населения в интернет-коммуникациях, что дает маркетологам дополнительную возможность для продаж и поиска новых клиентов онлайн. Но стоит учитывать, что цифровое пространство в значительной степени уменьшает возможности человека при коммуникации, поскольку не позволяет использовать невербальные методы общения. Отсюда вытекает множество проблем, связанных с интерпретацией полученной информации, шумов при декодировании сообщений. Но в то же время наше поведение онлайн и цифровой след как его результат обеспечивает специалистов по рекламе, маркетингу и PR большими массивами данных, после анализа которые коммуникаторы способны оптимизировать и персонализировать свои сообщения целевым аудиториям, что повышает эффективность интернет-продаж.

Digital body language или цифровой язык тела — это язык виртуального общения, используемый в цифровом пространстве: переписка по электронной почте или в мессенджере, групповой чат, конференц-связь и так далее. Другими словами, цифровой язык тела — это устоявшаяся манера поведения человека в рамках цифровой коммуникации, выражающаяся частным использованием определенных слов или словосочетаний, структур и форм виртуального общения, положительных или отрицательных реакций на что-либо, графических изображений (картинок или смайликов) и так далее. Кроме того, западные маркетологи относят к цифровому языку тела модель поведения онлайн-покупателя: как он выбирает товары в интернет-магазинах, какие поисковые запросы оставляет, читает ли отзывы, как обращается с корзиной товаров

(часто ли удаляет позиции, забывает ли корзину, покидая сайт без покупок и т. д.). Как термин, это понятие было введено экспертом по сотрудничеству и инновациям Эрикой Дхаван в работе «Digital Body Language» [1].

Конечная цель анализа цифрового языка тела — это детальное изучение цифровых жестов своей целевой аудитории. Понимание моделей поведения, демонстрируемое пользователями при навигации по веб-сайту и социальным сетям, позволяет узнать, какие стратегии работают лучше в каждом случае и когда наступает подходящий момент для коммерческих предложений, чтобы повысить эффективность продаж.

Поведение и общение индивида в цифровом формате дает маркетологам достаточно информации о человеке, его отношении к ситуации/товару/услуге, его намерениях и ожиданиях. Однако цифровой язык тела гораздо сложнее понять и интерпретировать, нежели физический, поскольку не все пользователи умеют контролировать свою онлайн-деятельность.

Как и физический, цифровой язык тела демонстрирует настроение и вовлеченность в коммуникацию. Исследования ведущего эксперта в области бизнес-коучинга, спикера и автора книг Эрики Дхаван показывают, что примерно 60–80% личного общения состоит из невербального языка: темпа, пауз, жестов и тона. Все эти сигналы наполняют речь энергией и эмоциями. Э. Дхаван считает, что пунктуация и символы в цифровом мире — новые средства передачи этих эмоций [1].

Согласно статистике креативного агентства «We Are Social» и сервиса для SMM «Hootsuite», количество интернет-пользователей в России на 2021 год составило 124 миллиона человек. Социальными сетями пользуется 67,8% населения, что равняется 99 миллионам человек. Уровень проникновения Интернета в Российской Федерации на январь 2021 года составил 85% [2]. Количество пользователей регулярно растет. Основываясь на этих статистических данных, можно сделать вывод, что большая часть населения России является активными пользователями Интернета и социальных сетей. Причем многие пользователи указывают рабочие комму-

никации, выражение личного мнения и поиск товаров/услуг как основные причины использования цифрового пространства. Эти факты наглядно показывают актуальность развития маркетинга в социальных сетях и Интернете в целом.

Цифровая коммуникация в современных реалиях рассматривается как повседневное явление. Однако в силу сильного отличия от физической коммуникации, вызывает проблемы с пониманием и интерпретацией полученной информации. Это связано с отсутствием в цифровом языке тела невербальных методов общения: эмоций, жестуляции, мимических реакций. Тем не менее, в интернет-пространстве существуют подобные сигналы, выраженные изображением эмоций (эмотиконами [3] – эмодзи – или условными обозначениями).

«Если рассматривать Интернет-коммуникацию как инструмент воздействия, то главным приемом являются именно невербальные средства, примеры которых можно обнаружить в общении на форумах, чатах, а также в социальных сетях» [4].

Помимо уже знакомой нам системы эмотиконов, к цифровому языку тела относятся также цифровые привычки пользователей по прочтению электронных писем, заполнению электронных форм, серфингу по интернет-магазину или любому корпоративному сайту, поиску отзывов и другой полезной информации. Таким образом, любое действие представителя вашей целевой аудитории в Интернете может расцениваться как его цифровой язык тела и складываться в цифровую модель поведения.

По мнению авторов статьи, будущее интегрированных коммуникаций – проведение узконаправленных кампаний по привлечению внимания на основе анализа цифрового языка тела целевых аудиторий. Внедрив в систему маркетинга результаты аналитики digital body language, специалисты по коммуникациям смогут привлекать клиентов, которые ориентированы на беспрепятственное взаимодействие между различными каналами, используемыми брендом. Не используя в своей работе данные цифрового языка тела, мы рискуем упустить важные сигналы наших потребителей.

Мы провели опрос среди студентов, обучающихся на направлении «Реклама и связи с общественностью», на предмет знания о понятии «digital body language» и актуальности его использования в маркетинге.

Выбор целевой аудитории был сделан в пользу студентов данного направления подготовки, поскольку 100% аудитории являются активными пользователями социальных сетей и интернет-пространства в целом, а также имеют актуальные знания о современном маркетинге. А также 78% опрошенных уже имеют практический опыт, работают в сфере маркетинга.

Основным вопросом исследования являлась осведомленность студентов о цифровом языке тела. 80% опрошенных хорошо знакомы с этим понятием и применяют его в своей деятельности. По мнению респондентов, самыми эффективными инструментами цифровой коммуникации являются смайлики (87,5%), изображения (70%), пунктуация (40%). Мы попросили их указать, какую пользу приносит digital body language при работе с клиентами. Самыми частыми ответами стали: повышение лояльности к бренду, персонализация коммуникации с клиентом. Актуальность изучения этой темы подтвердило 93% опрошенных.

Кроме того, мы провели экспертный опрос, который показал, что развитие цифрового языка тела необходимо в современном интернет-маркетинге, поскольку он является хорошей альтернативой физической коммуникации с клиентами и позволяет найти персональный подход к каждому покупателю. По словам экспертов, цифровая коммуникация нуждается в «оживлении», что позволит маркетингу расширять свои границы и детально прорабатывать запросы каждого клиента. Один из опрошенных экспертов, Абабкова Марианна Юрьевна, доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, частично затронула эту тему в своей монографии «Технологии нейромаркетинга в образовании», где пишет об управлении вниманием и поведением покупателей с помощью визуальных «подсказок» на сайтах [5].

Поскольку популярность цифровой коммуникации и интернет-маркетинга в России неуклонно растет, мы можем говорить о необходимости изучения цифрового языка тела в новых реалиях. Детальный перевод физического языка тела в цифровой в настоящее время является актуальной проблемой для всех пользователей цифрового пространства, так как это удовлетворит потребность потребителей в эффективной цифровой коммуникации и предоставит новые возможности для бизнеса в интернет-среде. Для маркетологов это станет базовым навыком в онлайн коммуникации и позволит правильно интерпретировать сообщения от потенциальных покупателей, обрабатывать их и давать ответы, которые покупатель ожидает увидеть, что даст возможность построить эффективную коммуникацию и, как следствие, продать свой товар/услугу. Кроме того, ведение социальных сетей или официального сайта при использовании нужного цифрового языка тела позволит привлечь большее внимание целевой аудитории.

Библиографический список

1. **Э. Дхван.** Digital body language: How to build trust and collection, No matter the distance // Э. Дхван — St. Martin's Press, 2021. — 288 с.
2. **Соколова Ю.** Перевод и краткая выжимка из отчетов Global Digital 2021 и Digital 2021: The Russian Federation. 2021. URL: <https://exlibris.ru/news/digital-2021-glavnaya-statistika-po-rossii-i-vsemu-miru/> (дата обращения: 23.03.2022).
3. **Максимов А. А., Голубева Н. М.** Эмотиконы как способ выражения эмоций // Проблемы и перспективы развития образования в России. 2015. №33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotikony-kak-sposob-vyrazheniya-emotsiy> (дата обращения: 23.03.2022).
4. **Смагина Е. С.** Невербальные способы ответственности в интернет-коммуникации // Метеор-Сити. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neverbalnye-sposoby-vozdeystvennosti-v-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 23.03.2022).
5. **Абабкова М. Ю.** Технологии нейромаркетинга в образовании: монография / М. Ю. Абабкова. — СПб.: Фонд развития конфликтологии, 2017. 242 с.

Фрей Ирина Алексеевна — бакалавр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: ira.ira2030@gmail.com.

Лопухова Александра Константиновна — бакалавр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: lopuhova_sasha@mail.ru.

Пулькина Виктория Алексеевна — кандидат филологических наук, доцент, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: gasteva85@mail.ru.

УДК 316

*Айнур Вахидовна Халилова,
Яна Игоревна Комарова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОТНОШЕНИЯ СТУДЕНТОВ К ДИСТАНЦИОННОМУ ОБРАЗОВАНИЮ

Аннотация. Статья посвящена проблеме отношения российских студентов к дистанционному образованию. За последние два года произошла трансформация традиционного очного обучения в сторону перехода к дистанционному, студентам и преподавателям пришлось быстро осваивать новые цифровые технологии и платформы для продолжения обучения и минимизации внешних рисков. Рассмотрены социологические аспекты дистанционного образования, а также ранее проведенные исследования в этой области. Авторами был проведен социологический опрос студентов СПбПУ об изменениях в образовательном процессе и их личном опыте обучения в нынешних условиях. Приведены результаты данного исследования и сделаны выводы об адаптации студентов к дистанционному обучению.

Ключевые слова: дистанционное образование, цифровые технологии, цифровые коммуникации, мотивация, цифровой помощник.

*Aynur V. Halilova,
Yana I. Komarova*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

SOCIOLOGICAL ASPECTS OF STUDENTS' ATTITUDE TO REMOTE EDUCATION

Abstract. The article is devoted to the problem of the attitude of Russian students to remote education. Traditional education has been transformed into remote learning due to the pandemic, and students with teachers have had to quickly master new digital technologies and platforms to continue learning and minimize external risks. Sociological aspects of distance education, as well as previous studies in this area are considered. The authors of the article conducted a sociological survey of SPbPU students about changes in the educational process. The results of this survey have been presented with conclusions about the adaptation of students to remote education.

Keywords: remote education, digital technologies, digital communications, motivation, digital assistant.

В период пандемии значительно изменились условия, требования и коммуникационные стратегии субъектов образовательного процесса. Студентам и преподавателям пришлось в сжатые сроки осваивать электронные платформы, переходить на цифровой формат общения. Это имеет свои последствия и изменяет ожидания, а также определяет общий эмоциональный настрой обучающихся.

Понятие «дистанционное образование» было сформировано более 20 лет назад в Концепции создания и развития единой системы дистанционного образования в России. Под дистанционным образованием понимается «...комплекс образовательных услуг, предоставляемых широким слоям населения в стране и за рубежом с помощью специализированной информационно – образовательной среды на любом расстоянии от образовательных учреждений» [1].

Сопровождение дистанционного образования происходит с помощью цифровых технологий, которые включают в себя исполь-

зование интернета, различных платформ и медиаинструментов. Применение дистанционных технологий обучения должно способствовать качественному повышению результата образования вследствие использования синергии классических и цифровых методов обучения, которые призваны сформировать медиакомпетентную личность, в которой будут сочетаться навыки решения практических задач в цифровом обществе и умение пользоваться и находить информацию в разных источниках и видах [2, 4].

Экстренный переход к дистанционному обучению в условиях пандемии имел свои трудности: преподавателям и студентам в кратчайшие сроки необходимо было перестроиться от привычных занятий в аудитории к онлайн-формату. Образовательные организации, вынужденные работать в дистанционном формате с целью снижения риска заражения коронавирусной инфекцией, были не совсем готовы к такому формату. Большая часть работы по «перестройке» легла на преподавателей, перед преподавательским составом ВУЗа стояла задача пересмотра учебно-методической, организационной и воспитательной деятельности. Первостепенно нужно было определить, с помощью каких платформ обеспечивать обучение, а затем какие методы использовать для поддержания и улучшения качества образования [3].

Обратимся к результатам исследования, которое совместно провели Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» и Томский государственный университет (март–июнь 2020 года). Были опрошены студенты более 400 вузов, общее число опрошенных 35363 человек. При помощи онлайн-опросов им удалось выявить основные проблемы студентов на дистанционном обучении. В ходе исследования выяснилось, что большинство опрошенных (65%) считают дистанционный формат обучения менее эффективным в сравнении с традиционным, многие из них заметили за собой тенденцию к лени и откладыванию выполнения заданий «на потом». Следующей трудностью, с которой столкнулись обучающиеся, стала нехватка очного общения с преподавателями, так как студентам сложно воспринимать информацию дистанционно [5].

Для исследования проблемы цифрового следа в рамках онлайн-образования, в том числе и адаптации студентов к дистанционному обучению, в СПбПУ был проведен ряд фокус-групп со студентами (октябрь-ноябрь 2020 года). В большинстве своем студенты положительно оценили свою адаптацию к онлайн-формату проведения занятий, так как дистанционное обучение позволяет экономить время, заниматься несколькими делами одновременно и не посещать людные места, что было особенно актуально в первый год пандемии [6].

Авторами статьи был проведен социологический опрос (ноябрь 2021 года) с целью выявления мнений студентов СПбПУ о том, что изменилось в сфере образования и в образовательном процессе в связи с пандемией Covid-19, а также анализа их оценок позитивных и негативных тенденций. Исследование было проведено с помощью метода социологического онлайн-опроса на платформе Google Формы. Опрос прошел 101 человек, демографический состав выглядит следующим образом: 67% женщин и 33% – мужчин.

Оценка респондентами своей адаптации к дистанционному образованию выглядит следующим образом: большинство студентов (43%) оценивают свою адаптацию как отличную, 37% – как хорошую, 18% студентов считают, что они адаптированы удовлетворительно, а 2% не адаптированы вовсе. По отношению к самому дистанционному обучению ответы распределились следующим образом: 27% студентов полностью положительно относятся к учебе онлайн; большинство респондентов (46%) в целом положительно относятся к дистанционному обучению и видят его преимущества; 23% настроены скорее отрицательно, а 3% резко отрицательно относятся к учебе онлайн. Таким образом, большинство студентов СПбПУ уже хорошо адаптированы к дистанционному обучению и в основном положительно к нему относятся.

Уровень личной мотивации в условиях дистанционного образования у подавляющего большинства студентов (48%) остался прежним, у 31% уровень мотивации снизился, а у 19% студентов мотивация повысилась (рис. 1).



Рис. 1. Уровень личной мотивации студентов

В рамках исследования нас интересовал уровень удовлетворенности студентов дистанционным обучением. По результатам опроса, 28% студентов в целом удовлетворены процессом дистанционного обучения, 36% – скорее да, 28% – скорее нет, а 5% совершенно не удовлетворены учебой онлайн.

По мнению большинства респондентов, (51%), цифровой помощник сумел бы существенно улучшить дистанционное образование; с этим не согласились 13% студентов, а 36% пока не могут точно ответить на этот вопрос.

На вопрос о том, «В каком направлении следует развиваться дистанционному образованию?» (можно было выбрать несколько вариантов ответа), студенты ответили следующим образом: 59% выбрали «использовать больше цифровых технологий для коммуникаций»; 57% голосуют за большую свободу выбора изучаемых курсов для индивидуализации образования; 46% студентов хотят больше доступа к различным образовательным платформам; 34% предлагают включать сервисы анализа и оценки цифровых следов студентов и преподавателей; 32% респондентов требуют изменить соотношение электронных и традиционных курсов в пользу электронных.

Исходя из этого, можно заключить, что студенты СПбПУ в целом хорошо адаптируются к новым условиям. Также следует от-

метить, что существует запрос от студентов на цифровых помощников, которые бы направляли их в образовательном процессе и способствовали бы индивидуализации обучения. Студенты активно осваивают цифровые технологии и хотят иметь свободный доступ к различным образовательным платформам, что говорит об их интересе к учебному процессу в целом.

Таким образом, проблема дистанционного образования продолжает быть актуальной на сегодняшний день. Студенты и преподаватели за последние два года сумели быстро адаптироваться к новым цифровым платформам и онлайн-обучению и продолжают успешно работать, несмотря на внешние обстоятельства и трудности в освоении самих технологий. Вузам следует развивать методы исследования обратной связи, поощряя любознательных студентов широкими возможностями для саморазвития и сохранения мотивации для углубления профессиональных знаний и навыков.

Библиографический список

1. Девтерова З. Р. Роль дистанционных технологии обучения в повышении эффективности профессионального образования. – Вестник ЮУрГГПУ. – 2012. – № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-dstantsionnyh-tehnologii-obucheniya-v-povyshenii-effektivnosti-professionalnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 16.12.2021).
2. Бодалева А. А. Психология общения. Энциклопедический словарь. – М.: КогитоЦентр, 2011.
3. Яшина Л. И., Горева О. М. Проблемы внедрения дистанционного обучения в вузе [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-vnedreniya-dstantsionnogoobrazovaniya-v-vuze/viewer> (дата обращения: 20.11.2021).
4. Нагель О. П. Медиаграмотность педагогов как условие профилактики социальной дезадаптации несовершеннолетних и молодежи / О. П. Нагель // Вестник Белгородского института развития образования. – 2019. – Т. 6. – № 2(12). – С. 27–36.
5. За время карантина среди студентов сформировалась группа сторонников онлайн. Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики. [Электронный ресурс] // URL: <https://www.hse.ru/news/387581119.html> (дата обращения: 16.12.2021).

6. Глазунова Г. Д., Дашкова Е. И., Редькина А. Д., Цыма И. С. Цифровизация образовательного пространства и цифровой след: взгляд студентов СПбПУ / Технологии PR и рекламы в современном обществе. Инженеры смыслов: трансформация компетенций и мировые вызовы коммуникационной отрасли: материалы научно-практической конференции с международным участием, С.-Петербург, 2020 г. Т. 2. / отв. ред. М. С. Арканникова. – СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. – 433 с. – С.92–97.

Халилова Айнур Вахидовна – магистр, ВШМиСО, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ), Санкт-Петербург, Россия. E-mail: halilovaaynur@yandex.ru. Тел.: +79500269488.

Комарова Яна Игоревна – магистр, ВШМиСО, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ), Санкт-Петербург, Россия. E-mail: komarovvayana@gmail.com.

УДК 070

Чжен Цянь
Санкт-Петербургский
государственный университет

ОСОБЕННОСТИ МЕДЛЕННОЙ ПРЯМОЙ ТРАНСЛЯЦИИ В КИТАЙСКИХ ЦИФРОВЫХ МЕДИА

Аннотация. В контексте высокоразвитой индустрии прямых трансляций в Китае, детерминированной технологией 5G, официальные и региональные цифровые средства массовой информации КНР начинают использовать форму, отличную от традиционных прямых трансляций, – медленную прямую трансляцию, и данная форма также хорошо принимается китайской аудиторией. Мониторинг официальных и местных медиа КНР на разных платформах позволил проанализировать цифровые новостные материалы и сделать вывод: основными чертами метода прямой трансляции являются: объективность, своевременность, высокая степень интерактивности и создание коллективных эмоций. Объекты исследования: медиа «Наблюдение за Сычуань» на платформе Доуинь, «Прогулка по Юньнани» на паблике в китайской социальной сети WeChat; «24 часа эпидемии» на медиаплатформе «China Media Group Mobile».

Ключевые слова: медленная прямая трансляция, новые медиа, цифровые медиа, СМИ, Китай.

Zheng Qian

St. Petersburg State University

FEATURES OF SLOW LIVE BROADCAST IN CHINESE DIGITAL MEDIA

Abstract. In the context of developed live broadcast industry in China determined by 5G technology, the Chinese official and regional digital media are starting to use slow live broadcast, and this form of live broadcast is also well accepted by the Chinese audience. Monitoring the official and local media of the PRC on different platforms made it possible to analyze digital news materials and conclude that the main features of slow live broadcast method are: objectivity, timeliness, high interactivity and the creation of collective emotions.

Keywords: slow live broadcast, new media, digital media, mass media, China.

В эпоху передовых сетевых технологий у цифровых медиа по всему миру появляется все больше и больше способов взаимодействия с аудиторией. Медленная прямая трансляция как особая форма онлайн-трансляции вызывает огромный интерес у китайских СМИ, даже официальных медиа КНР. Согласно опросу 2005 респондентов, проведенному центром социальных исследований Китайской молодежной газеты в июне 2020 г., 90,2% респондентов смотрели медленные прямые трансляции, 87,8% любят данную форму прямой трансляции, и 78,1% с оптимизмом смотрят на её развитие [3].

Методы. В данной работе используется мониторинг массмедиа. Эмпирической базой служат материалы, опубликованные китайскими медиа, такими как официальные СМИ – Центральное радио и телевидение Китая (англ. Chinese Central Television) и местные медиа провинций Сычуань и Юньнань, на платформах новых медиа Доуинь (китайская версия Тик-Тока), Wechat, видео-приложение «China Media Group Mobile» и т. д.

Результаты исследования. Медленная прямая трансляция представляет собой форму прямого эфира, в которой используется оборудование для трансляции и записи реальных сцен в течение длительного времени и представления их в естественном виде

[1, с. 122]. В отличие от традиционной прямой трансляции в данной форме прямого эфира ведущего обычно не существует, и реальность снимается (в режиме здесь и сейчас) и транслируется только с помощью монитора или фиксированной камеры.

Самым ранним примером данной формы прямого эфира в Китае стал канал «iPanda» в 2013 г., совместно запущенный Китайским сетевым телевидением (англ. China Network Television) и исследовательской базой по разведению гигантских панд в Чэнду провинции Сычуань [1, с. 122]. С появлением платформ коротких видеороликов и тем фактом, что в начале 2020 г. китайцы оставались дома по причине строгого карантина в связи с пандемией, медленная прямая трансляция стала очень популярной в Китае (создавала успокаивающий эффект).

Большинство продуктов медленных прямых трансляций ориентированы на туризм. Популярный канал китайского местного медиа «Наблюдение за Сычуань» на платформе Доуинь ведет медленные прямые эфиры 24 часа в сутки. Объектами и содержанием трансляции обычно являются виды городов или мест с красивым пейзажем в провинции Сычуань. Провинция Юньнань, которая также очень развита в сфере туризма, запустила рубрику «Прогулка по Юньнани» на паблике в китайской социальной сети WeChat, в которой аудитория также может наслаждаться пейзажем в Юньнани круглосуточно в прямом эфире. Такой тип прямой трансляции может хорошо показать аудитории настоящую красоту территорий и оказать определенное положительное влияние на пропаганду туризма и построение медиаобраза городов.

Первая успешная практика медленного прямого эфира по общественным вопросам в Китае зафиксирована уже на начальном этапе вспышки коронавируса в 2020 г. В дополнение к регулярным репортажам Центральное радио и телевидение Китая на медиаплатформе «China Media Group Mobile» запустило медленную прямую трансляцию «24 часа эпидемии», которая транслирует вид строительных площадок больниц «Лэйшэньшань» и «Хошэньшань» в режиме реального времени 24 часа в сутки. Эти две больницы тогда были построены в Ухане за десять дней с рекордной скоростью.

Исследователь Лай Линчжи полагает, что в процессе коммуникации при внезапных публичных событиях медленный прямой эфир обладает преимуществом в передаче информации с первой линии в режиме реального времени и повышении информационной прозрачности [2, с. 127]. В начале вспышки COVID-19 граждане Китая испытывали необъяснимый страх перед неизвестностью вируса и нуждались в реальной и своевременной информации. В этой ситуации такая объективная необработанная прямая трансляция оказалась чрезвычайно эффективной.

Высокая степень интерактивности медленной прямой трансляции, несомненно, улучшает взаимодействие между аудиторией и медиа. В постоянном прямом эфире границы между создателями и потребителями информации стираются. Это становится характеристикой особенностью коммуникаций, осуществляемых новыми медиа. К примеру, в прямых эфирах аккаунта Тик-Тока «Наблюдение за Сычуань» пользователи иногда общаются друг с другом в комментариях. После того, как создатели аккаунта обнаружили эту ситуацию, было принято решение сократить три кадра, которые изначально покрывали экран, до двух, чтобы аудитория могла лучше видеть комментарии ниже. Передачи прямой трансляции также дают пользователям возможность не только общаться, но и подружиться, что в конечном итоге будет способствовать вовлечению аудитории [5, с. 112].

Реализация эмоционального удовлетворения аудитории является дополнительным фактором успеха данной прямой трансляции в Китае. В процессе эфира «24 часа эпидемии» пользователи Сети отправляли спонтанные своевременные комментарии и лозунги, таких как «Ухань, Мы с вами!» и «Китай вперед!», чтобы передать поддержку, уверенность и позитивную энергию [2, с. 127]. Кроме этого, когда финансовый директор компании Huawei Мэн Ваньчжоу, которая удерживалась властями в Канаде почти три года из-за китайско-американской торговой войны, вернулась в Китай 24 сентября 2021 г., Центральное радио и телевидение КНР также вело 5-часовую медленную прямую трансляцию. В процессе пользователи продолжали оставлять такие комментарии, как «Вань-

чжоу, добро пожаловать домой!» и «Спасибо Родине!». В то же время наблюдение за историческим моментом с сотнями миллионов людей также совпадало с коллективистским характером китайцев, что обеспечивало успех медленных трансляций.

Заключение. Следовательно, мы можем сделать выводы, что как особый способ эфира медленная прямая трансляция принята и любима китайскими медиапотребителями. Высокая интерактивность и реализация форм удовлетворения коллективных эмоций служат основными причинами, по которым данный метод прямой трансляции принят в Китае. Городские и природные пейзажи по-прежнему остаются основной темой медленных прямых эфиров, а своевременность и объективность такой трансляции позволяет с уверенностью сказать, что за этим методом работы с аудиторией будущее. Помимо этого, интеграция с технологиями VR (виртуальная реальность) и AR (дополненная реальность) для улучшения интерактивности станет ведущей тенденцией в сетевой коммуникации.

Библиографический список

1. **И Янган.** Медленная прямая трансляция и «быстрая эра» // Молодой журналист. – 2020. – № 30. – С. 112. (на кит. яз.)
2. **Лай Линчжи.** Инновационные практики взаимодействия основных официальных СМИ КНР с аудиторией во время коронавирусной эпидемии // Вестник Кабардино-Балкарского гос. ун-та: Журналистика. Общественное. Словесность. – 2021. – Т. 1, № 3. – С. 122–142.
3. Центр социальных исследований Китайской молодежной газеты. 87,8% респондентов любят медленные прямые эфиры. (на кит. яз.) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1668519150444673832&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 07.03.2022).
4. **Чжан Цуньянь.** От медленного прямого эфира к «медленному прямому эфиру +»: изучение пути развития медленного прямого эфира // Западно-китайское радиовещательное телевидение. – 2021. – Т. 42, № 16. – С. 39–41. (на кит. яз.)
5. **Чжэн Цянь.** Китайские местные СМИ на платформах коротких мобильных видео (на примере аккаунта Тик-Тока «Наблюдение за Сычуань») // Региональные СМИ: пути взаимодействия: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – 2021. – С. 108–113.

Чжэн Цянь – магистр, кафедра цифровых медиакоммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: tsyan_zheng@163.com.

Научный руководитель: **Мельник Галина Сергеевна**, д. полит. наук, профессор кафедры цифровых медиакоммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет.

УДК 659

Артём Дмитриевич Чебаков
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПРОДВИЖЕНИЕ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СРЕДСТВАМИ СПЕЦИАЛЬНЫХ EVENT-МЕРОПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье изучены основные характеристики и принципы проведения специальных event-мероприятий на примере деятельности профессиональных спортивных клубов Санкт-Петербурга. Проанализированы особенности подготовки благотворительных мероприятий и акций, способствующих продвижению публичной известности спортивных клубов, даны примеры такой деятельности.

Ключевые слова: социальные сети, специальные event-мероприятия, спортивный клуб, SWOT-анализ.

Artem D. Chebakov
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

PROMOTION OF THE SPORTS ORGANIZATION BY MEANS OF SPECIAL EVENTS

Abstract. The article examines the main characteristics and principles of special events on the example of the activities of professional sports clubs in St. Petersburg. The features of the preparation of charity events and actions that promote the public fame of sports clubs are analyzed and examples of such activities are given in that article.

Keywords: Social media, special events, sport clubs, SWOT-analysis.

Специальное event-мероприятие – один из важнейших инструментов связей с общественностью и рекламы, с помощью которого осуществляется продвижение профессиональных спортивных клубов. Спортивные мероприятия сами по себе являются составной частью сферы услуг в индустрии спорта, красоты и здоровья. Вместе с этим, в профессиональном спорте такие мероприятия рассчитаны на зрелищность показа, массовость посещения и просмотра зрителями. Услуга – это особый вид блага, не имеющий вещной формы. Потребительная ценность услуги заключается в полезном эффекте спортивного соперничества, который может быть объектом купли-продажи, предметом потребления [1]. Именно поэтому многие спортивные клубы организуют и проводят собственные специальные event-мероприятия, которые выделяют идентичку спортивных клубов, способствуют распространению соответствующей информации и, в конечном итоге, их коммерческому успеху.

Проблематика данной статьи обусловлена потребностью рынка хоккейных команд Высшей хоккейной лиги – второго по силе дивизиона в России, в том числе Ассоциации некоммерческого партнёрства (АНП) Спортивный клуб «Динамо Санкт-Петербург» в создании социальных event-мероприятий. В 2021-2021 годах в спортивной сфере уменьшилось количество мероприятий, ориентированных на благотворительность [2]. АНП Спортивный клуб «Динамо Санкт-Петербург» является лидером команд Высшей хоккейной лиги не только по спортивным достижениям, но и одним из лидеров в сфере контактов с болельщиками. В этой связи важно задать новый темп для организации социально-ориентированных мероприятий, которые могут рассматриваться инструментом продвижения деятельности клуба.

Объект исследования данной статьи – спортивные клубы города Санкт-Петербурга. Предмет исследования – специальные event-мероприятия, проводимые клубами. Гипотеза работы заключается в утверждении, что специальные event-мероприятия являются важнейшими инструментами для обеспечения эффективной коммуникации с целевой аудиторией. В статье использован комплексный подход, метод классификации, методы сравнения и

наблюдения за развитием web-сообществ, контент-анализ. Эмпирическую базу составили материалы официальных интернет-сообществ спортивных клубов, интернет-ресурсы, научные работы специалистов в области спортивного маркетинга, менеджмента и связей с общественностью.

По определению М. Сондера, событийный менеджмент – это «комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий, задача которых заключается в том, чтобы сделать из обычного мероприятия уникальное событие, которое запомнится целевой аудитории» [3]. Одной из главных задач спортивного клуба является сегментация целевой аудитории. Рассмотрим в качестве примера АНП Спортивный клуб «Динамо Санкт-Петербург». Для данной компании целевой аудиторией являются работающие люди от 25 до 50 лет, замужем/женаты, имеющие детей, проживающие преимущественно в Санкт-Петербурге, любящие проводить время с семьей на культурно-массовых мероприятиях. Также удалось выявить ядро целевой аудитории – работающие люди от 25 до 35 лет, замужем/женаты, имеющие детей, проживающие преимущественно в Санкт-Петербурге, покупающие билеты через интернет, посещающие хоккейные матчи 4 раза в месяц, являющийся давними болельщиками клуба, любящие проводить время с семьей на культурно-массовых мероприятиях.

Именно для этой аудитории важно четко подобрать тематику специального event-мероприятия, которое будет проводиться непосредственно перед главным мероприятием. В ситуации с «Динамо Санкт-Петербург» главным мероприятием является хоккейный матч. Для определения возможностей компании был проведен SWOT-анализ. Данная методология предполагает разделение факторов, описывающих объект исследования, на четыре категории: силы (strengths), слабости (weaknesses), возможности (opportunities), угрозы (threats). Силы и слабости являются факторами внутренней среды изучаемого объекта (т.е. тем, на что сам объект способен повлиять); возможности и угрозы являются факторами внешней среды (т.е. тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом) [4].

Сильные стороны компании были определены следующим образом: высокий уровень работы с социальными сетями (технический, контентный), обоснованно и верно выстроенная иерархическая система (структура спортивных команд), высокая лояльность, одни из самых низких цен на рынке, высокий уровень сервиса. Эти сильные стороны в совокупности помогают осуществить идеи для продвижения «ХК Динамо Санкт-Петербург». Также в результате проведения SWOT-анализа было выявлено, что основной возможностью компании является создание социально-благотворительного event-мероприятия. Согласно положениям, опубликованным в статье про социальные event-мероприятия, благотворительные и социально-направленные мероприятия представляют собой деятельность какой-либо компании или организации, направленную на помощь и улучшение социального положения общественной группы или конкретной категории людей, которым требуется помощь [5]. Именно поэтому была разработана концепция проведения специального мероприятия для поддержки детей с ограниченными возможностями, которые хотят заниматься хоккеем. Особенность данного мероприятия заключается в том, что оно проводится в преддверие матча Высшей хоккейной лиги (ВХЛ) и направлено на помощь благотворительному фонду «Добросердие», которое специализируется на благотворительности для детей с ограниченными возможностями в связи с заболеванием детским церебральным параличом (ДЦП). Также в мероприятии планируется участие Детской следж-хоккейной лиги.

Главные задачи социально-благотворительного мероприятия: помощь благотворительному фонду «Добросердие» и Детской следж-хоккейной лиге, повышение имиджа ХК «Динамо» в благотворительной сфере. Данный проект является имиджевым, а не коммерческим. Все вырученные деньги пойдут на помощь детям с заболеванием ДЦП. Каналы, которые будет использовать ООО «ХК Динамо Санкт-Петербург» для проведения данной благотворительной акции: сайт ХК «Динамо Санкт-Петербург», группа ВКонтакте, сайт Детской следж-хоккейной лиги, сайт «Добросердие». Инструменты проведения благотворительного специально-

го мероприятия: таргетированная реклама, реклама в социальных сетях, рассылка по электронной почте, размещение афиш. Данное специальное мероприятие выгодно обеим сторонам, и спортивный клуб получает имиджевые дивиденды в результате этой PR-кампании. К этому можно добавить другой фактор, который выгоден для компании: в ситуации проведения специального мероприятия целевая аудитория привлекается на площадку проведения заведомо раньше срока начала основного мероприятия. Так, например, ООО Футбольный клуб «Зенит Санкт-Петербург» проводит «Фан-променады» за 2,5 часа до начала матча, для того чтобы аудитория не толпилась в очередях и не получала негативные эмоции, а также для того, чтобы, находясь на площадке проведения, целевая аудитория тратила денежные средства на покупку брендовой продукции. У АНП Спортивный клуб «Динамо Санкт-Петербург» внимание сосредоточено на проведении социально-благотворительного специального event-проекта, которое в имиджевом плане поможет выйти в лидеры благотворительной помощи среди хоккейных клубов, а также оказать огромную помощь детям с ДЦП и приобщить их к хоккейному виду спорта, сделав их лояльными болельщиками клуба.

Таким образом, в данной статье были изучены основные принципы и практики событийного менеджмента и специальных event-мероприятий в сфере профессионального спорта, продемонстрированы примеры продвижения спортивных клубов с помощью специального event-мероприятия непосредственно перед главным событием. К сказанному можно добавить, что деятельность АНП Спортивный клуб «Динамо Санкт-Петербург» активно развивается. На данный момент это молодая амбициозная хоккейная команда, которая неоднократно била рекорды посещаемости Высшей хоккейной лиги на закрытых аренах, имеет активные внешние коммуникации в виде регулярных пресс-конференций и флеш-интервью, а также обширные внутренние коммуникации, такие как обучение сотрудников, проведение культурно-массовых мероприятий внутри коллектива, ориентирована организовывать и проводить социально-значимые специальные event-проекты.

Библиографический список

1. Алтухов С. Ивент-менеджмент в спорте. Управление спортивными мероприятиями. Советский спорт, 2013. — 208 с.
2. Статья в интернет-издании [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://prazdnik-pro.com/stati/blagotvoritelnye-sportivnye-meropriiatiia> (дата обращения: 24.03.2022).
3. Виленский М. Я. Физическая культура. 2016. С. 21.
4. Стратегический и конкурентный анализ К. Фляйшера и Б. Бенсусана. 2005. С. 124–138.
5. Статья в интернет-издании [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://prazdnik-pro.com/stati/organizatsiia-sotsialnyh-meropriatii> (дата обращения: 24.03.2022).

Чебаков Артем Дмитриевич — бакалавр, высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: artem1goalie@gmail.com.

УДК 378.18

*Александра Дмитриевна Юшкина,
Татьяна Юрьевна Семёнова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ СТУДЕНТОВ ОБ ОТВЕТСТВЕННОМ РОДИТЕЛЬСТВЕ

Аннотация. Статья посвящена анализу представлений студентов об ответственном родительстве и образе отца/матери, будущего ребенка, а также запросов на получение знаний в области ответственного родительства. В материале рассматриваются теоретические подходы к определению понятий «родительство», «ответственное родительство», структурные компоненты ответственного родительства. С использованием модифицированной методики «20 утверждений самооотношения» М. Куна и Т. Мак-Партленда, авторской анкеты и процедуры контент-анализа про-

ведено эмпирическое исследование, в котором приняли участие 60 студентов политехнического университета. На основании полученных данных было выявлено, что у большинства респондентов представления о родителстве носят арефлексивный характер, наблюдается метафоричность образов отца, матери, ребенка, получены различия по фактору пола.

Ключевые слова: ответственное родительство, готовность к родителству, формирование культуры родительства.

Alexandra D. Yushkina
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

PECULIARITIES OF STUDENTS' PERCEPTIONS OF RESPONSIBLE PARENTHOOD

Abstract. The article is devoted to the analysis of students' ideas about responsible parenthood and the image of father/mother, future child, as well as requests for knowledge in the field of responsible parenthood. The material examines the theoretical approaches to defining the concepts of «parenthood», «responsible parenthood», the structural components of responsible parenthood. Using the modified method «20 statements of self-attitude» of M. Kuhn and T. McPartland, the author's questionnaire and the procedure of content analysis an empirical study in which 60 students of the polytechnic university took part was carried out. On the basis of the received data it was revealed that the majority of the respondents have areflexive character, there is a metaphorical character of father, mother, child images, the differences by the factor of sex are received.

Keywords: responsible parenthood, readiness for parenthood, formation of a culture of parenthood.

В настоящее время институт семьи, как один из ведущих элементов социальной системы, переживает период глобальных изменений, в том числе в преображении понимания традиционных ролей матери и отца. Е. А. Виниченко подчеркивает: «Семья прямо или косвенно отражает все изменения, происходящие в обществе» [1, с. 183]. Меняющиеся ценностные ориентации семьи определяют развитие и трансформацию феномена родительства. Эти изменения требуют проведения дальнейших исследований совре-

менного родительства, разработки новых подходов к подготовке молодежи к будущей роли отца и матери, наработанные системы теряют свою актуальность.

Феномен родительства носит комплексный характер и традиционно изучался в различных областях науки. Исследования психолого-педагогического аспекта родительства занимались Р. В. Овчарова, Е. Г. Смирнова, Т. В. Сидорова, Ю. В. Сеппенен, С. Стиффелман и другие.

По мнению Смирновой Е. Г., осознанное родительство является интегральной психологической характеристикой личности родителя и включает «систему взаимодействия ценностных ориентаций, родительских установок, чувств, отношений, позиций и родительской ответственности, способствующих формированию гармоничного стиля семейного воспитания» [2, с. 4]. Таким образом, ответственность входит в структуру осознанного родительства.

В своей книге «Осознанное родительство. Как стать опорой своему ребенку и открыть ему дорогу в большой мир» Сюзен Стиффелман раскрывает основной спектр родительских проблем. Автор указывает, что на родительские установки влияет собственный опыт, полученный в семье и особенности среды, в которой росли будущие родители. Осознание этого опыта, его особенностей, а иногда травмирующих воздействий, помогает родителям выбирать ответные реакции на те или иные ситуации детско-родительских отношений, эмоциональные выплески ребёнка. И самое главное, это позволяет передать возможность осознанного выбора следующим поколениям [3, с. 1].

Исследования Р. В. Овчаровой, Г. Г. Филипповой доказывают, что семейные ценности и представления о воспитании ребёнка формируются задолго до самого момента родительства [4, с.149].

Таким образом, подготовка к осознанному, ответственному родителству должна являться важным компонентом в обучении и воспитании молодежи. Однако, проведенный Ю. В. Сеппенен теоретический анализ работ по теме ответственного родительства у молодёжи, выявил, ряд следующих комплексных проблем: доминанция исследований исключительно о материнстве; отсутствие си-

стемного подхода к теме родительства, не изученность критериев и уровней готовности к созданию семьи [5, с. 14]. Это затрудняет разработку развивающих программ по подготовке к ответственному родительству и делает актуальными дальнейшие исследования в этой области.

Значимым потенциалом в решении поставленных проблем обладает высшая школа. Студенчество важный этап в развитии личности, когда она приобретает устойчивый характер, при этом активно формируется ее ценностно-мотивационная сфера, строятся жизненные планы, которые включают создание семьи. Это также делает актуальными изучение отношения студенчества к ответственному родительству, разработку и реализацию программ по формированию ответственного родительства.

Целью проведенного исследования является изучение представлений о родительстве, образе отца и матери, а также запросов на получение знаний в области ответственного родительства студентов политехнического университета. В исследовании приняли участие 60 респондентов: 44,2 % мужчин и 55,8 % женщин. Возраст участников варьировался от 17 до 24 лет. Среди опрошенных 96,2 % не имеют детей, а 3,8 % – имеют.

Исследование строилось на основе комплексного подхода. Применены методы: теоретические (анализ психолого-педагогической литературы), эмпирические (анкетирование, тестирование, контент-анализ), методы обработки полученных данных (описательная статистика). Использовались методики: авторская анкета «Я – родитель», модифицированный Р.В. Манеровым вариант методики «20 утверждений самоотношения» М. Куна и Т. Мак-Партленда для выявления представлений мужчины о себе как отца и женщин о себе как матери; модифицированный Р. В. Манеровым вариант методики «20 утверждений самоотношения» М. Куна и Т. Мак-Партленда для выявления смысла своего (реального или будущего) ребенка для мужчин и женщин.

По результатам контент-анализа ответов на вопросы анкеты «Я – родитель» были выделены следующие категории, отражающие представления о понимании термина «Ответственное роди-

тельство»: «осознанный подход к планированию беременности» (25,29% жен., 14,49% муж.), «обязанность, присутствующая у всех родителей» (12,64% жен., 14,49% муж.), «воспитание детей» (12,64% жен., 18,84% муж.), «финансовая стабильность родителей» (9,2% жен., 4,35% муж.), «забота о детях» (28,74% жен., 31,88% муж.); по методике «Мой ребенок – это»: «Ребенок – смысл жизни» (55,17% жен., 34,78% муж.), «Ребенок-продолжение меня» (10,34% жен., 23,19% муж.), «Ребенок-источник сложностей» (10,34% жен., 7,25% муж.), «Ребенок – мой друг» (3,45% жен., 5,8% муж.), «Ребенок – личность» (10,34% жен., 11,59% муж.); представление студентов о себе в роли матери: «Несформированность представлений о роли матери» (32,18%), «Ответственная мать» (14,94%), «Любящая мать» (13,79%), «Заботливая мать» (13,79%), «Понимающая мать» (10,34%), «Мать, уверенная в своём успехе» (9,2%), «Обеспечивающая мать» (5,75%); представление студентов о себе в роли отца: «Воспитывающий» (30,43%), «Несформированность представлений о роли отца» (26,09%), «Добытчик» (18,84%), «Ответственный» (11,59%), «Понимающий» (8,7%), «Любящий» (4,35%).

Исследование подтвердило наличие запроса у студентов на участие в развивающих программах по подготовке к родительству. Также в исследовании было предложено выбрать наиболее интересные темы, касающиеся подготовки к роли ответственного родителя. Выбор распределился следующим образом: воспитание детей (выбрали 33 респондента – 63,5 %); половое воспитание для детей и их родителей (выбрали 31 респондент – 59,6 %); кризисы детского возраста (выбрали 29 респондентов – 55,8 %); распределение родительских обязанностей (выбрали 28 респондентов – 53,8 %); семейные ценности (выбрали 27 респондентов – 51,9 %).

Полученные результаты позволяют установить, что у студентов есть теоретическое представление о термине «ответственное родительство», однако отсутствует чёткое понимание ролевых моделей отца или матери. Для большинства респондентов ребёнок – это метафорический образ. Они не могут ясно и точно обозначить своё отношение. Большинство мужчин не смогли продолжить предложение «Я как отец ...». Можно сделать вывод, что в студен-

ческом возрасте у мужчин слабо сформированы представления о своей будущей роли отца, что является показателем их незаинтересованности и некомпетентности в данном вопросе. Большинство респонденток имеет позитивные представления о материнстве, но некоторые ответы подразумевали определенные страхи, связанные с ролью матери, такие как: «нежеланный ребёнок», «отсутствие свободного времени», «боязнь не справиться с ролью матери». Результаты опроса показали, что 73% респондентов заинтересованы в получении дополнительных знаний, касающихся темы «Ответственное родительство». В результате проведённого исследования выявлено, что у большинства студентов присутствуют неточные представления о своей будущей родительской роли и фигуре ребёнка. Можно отметить, что у студентов существует потребность в получении или обновлении знаний направленных на формирование представлений о важности полной ответственности за своих будущих детей и осознанности в выборе методов их воспитания. На основании полученных данных была разработана просветительская программа для студентов «Ответственное родительство».

Библиографический список

1. **Виниченко Е. А.** Подготовка студентов к ответственному восприятию родительской роли // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств – 2012 – с. 183–188.
2. **Карельская Л. П.** Формирование у студентов компетенций «Ответственное родительство» // Крымский научный вестник – 2015.
3. **Стиффеман С.** Осознанное родительство. Как стать опорой своему ребёнку и открыть ему дорогу в большой мир // Издательство Эксмо – 2015 – 320 с.
4. **Рудзинская Т. Ф.** Современные представления студенческой молодёжи о проблеме родительства // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Акмеология образования. Психология развития – 2013.
5. **Сеппенен Ю. В.** Факторы формирования ответственного родительства среди молодёжи // Перспективы науки и образования – 2017. – С. 13–17.

Юшкина Александра Дмитриевна – бакалавр, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: alexandrayushkina@yandex.ru.

Семёнова Татьяна Юрьевна – бакалавр, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: cemenovatany.2011@yandex.ru.

**СЕКЦИЯ
«МОЛОДЕЖЬ И ОБЩЕСТВО:
АКТУАЛЬНЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ»**

УДК 316

*Анна Александровна Войник,
Мargarita Романовна Снегур*
СПб ГБУ «ГЦСП «КОНТАКТ»

**МОТИВЫ
УЧАСТИЯ ПОДРОСТКОВ И МОЛОДЕЖИ
В НЕСАНКЦИОНИРОВАННЫХ
ПРОТЕСТНЫХ АКЦИЯХ**

Аннотация. В статье представлены результаты эмпирического исследования, проведенного социологами СПб ГБУ «ГЦСП «КОНТАКТ» в 3 квартале 2021 года в рамках государственного задания Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями Правительства Санкт-Петербурга. Исследование ставит проблему, которую можно представить в форме вопросов: с какой целью молодежь Петербурга выходит на улицы? Как молодые люди принимают решение стать участниками несанкционированной политической акции? Какое видение политической обстановки в стране и отношение к ее институтам предшествует принятию этого решения? Кто и в каких формах может участвовать в несанкционированной политической акции, по мнению протестующей молодежи?

Ключевые слова: политическое участие, протестные настроения, несанкционированная протестная акция, мотивы участия в несанкционированной протестной акции.

Anna A. Voynik, Margarita R. Snegur
St. Petersburg State Budgetary Institution
«City Center for Social Programs
and Prevention of antisocial phenomena
among young people «CONTACT»

**MOTIVES FOR PARTICIPATING OF TEENAGERS
AND YOUTH IN UNAUTHORIZED PROTEST ACTIONS**

Abstract. The thesis deals with the analysis of the results of the field research on motives for the participation in unauthorized protest actions, conducted in July-September 2021. The following questions arise: Why do the youth of St. Petersburg participate in unauthorized political actions? What are the major political issues that concern young people most right now? Are protests an effective form of political participation, according to the participants? What are there other effective forms of political participation?

Keywords: political participation, protest sentiments, unauthorized protest action, motives for participating in unauthorized protest actions.

Эффективная профилактическая работа по противодействию участия молодежи в несанкционированных протестных акциях невозможна без глубинного изучения факторов увлечения молодых людей подобной деятельностью и мотивов участия в ней. Высокая популярность темы протестов в молодежной среде, а также наличие доступа к группе несовершеннолетних, попавших на сопровождение в СПб ГБУ «ГЦСП «КОНТАКТ» по статье за участие в несанкционированных протестных акциях 2021 г. в Санкт-Петербурге, обусловило выбор темы настоящего эмпирического исследования.

В настоящее время большинство исследований на тему протестной активности молодежи направлены на измерение протестного потенциала. Наиболее часто применяют количественные методы, в том числе анкетный опрос. Как правило, анкеты содержат прямой вопрос о готовности респондентов участвовать в массовых акциях протеста. Такой подход к измерению протестной активности используют специалисты Всероссийского центра изучения общественного мнения [1] и Левада-Центра [2]. Полученные в результате

опросов данные указывают исключительно на намерения людей, которые могут отличаться от их реальных действий. В ряде исследований показано наличие существенных расхождений между реальной и декларируемой явкой – первая, как правило, выше второй [3, 4]. Случаи политического участия могут быть вызваны различными ситуациями, даже если у гражданина не было предварительной установки на активное включение в политическую жизнь. Кроме того, высока вероятность того, что респонденты, опасаясь деанонимизации, могут быть не до конца откровенны, принимая участие в массовых опросах, особенно если они проводятся по телефону [5, 6].

Интервью с людьми, не только заявляющими о готовности выйти на несанкционированные акции протеста, но и фактически принимавшими участие в подобных мероприятиях, позволяют получить принципиально новую информацию о причинах, побудивших молодых людей выразить свои протестные настроения или реализовать другие цели именно в такой форме. Проведение фокусированных групповых интервью с подростками и представителями старшей молодежи с опытом участия в несанкционированных протестных акциях позволяет выявить действительные мотивы участия, а также возможные различия в мотивах в зависимости от возраста, обычно связываемого с уровнем зрелости, сознательности в принятии политических решений.

С целью изучения мотивов участия подростков и молодежи в несанкционированных акциях протеста проведено четыре фокусированных групповых интервью общей длительностью в 5 часов и 20 минут. Поиск информантов осуществлен на основании целевого отбора, где ключевым критерием выступило участие в несанкционированных митингах в 2017–2021 годах. В двух фокус-группах (26.07.2021 и 27.07.2021) приняли участие 16 подростков в возрасте от 14 до 17 лет, состоящих на индивидуальном регламентном сопровождении в СПб ГБУ «ГЦСП «КОНТАКТ». В районные отделы социального сопровождения направлялся запрос с просьбой пригласить для участия в исследовании несовершеннолетних, попавших на сопровождение по статье за участие в несанкционированном митинге. Потенциальным участникам гарантировалась полная кон-

фиденциальность. Исследователям не раскрывалась личная информация участников, фиксировался только пол и возраст.

Участниками двух других фокус-групп (29.07.2021 и 30.07.2021) стали 10 представителей молодежи с опытом участия в несанкционированных акциях протеста в возрасте от 22 до 33 лет. Поиск совершеннолетних информантов осуществлялся методом «снежного кома» среди знакомых исследователей. Участникам также гарантировалась конфиденциальность.

По результатам фокусированных групповых интервью с участниками несанкционированных протестных акций были получены данные, необходимые для проведения профилактической работы. Так, восприятие политической обстановки в России участниками несанкционированных протестных акций различается в зависимости от возраста. Несовершеннолетние информанты склонны оценивать политическую ситуацию и уровень жизни в стране резко негативно, в то время как совершеннолетние информанты говорят о текущем процессе развития гражданского общества, возможностях самореализации, о наличии перспектив для роста. При этом уровень вовлеченности в политическую повестку несовершеннолетних достаточно низкий: они не следят за происходящими событиями, не обсуждают политику в кругу семьи и друзей. Описывая имеющиеся проблемы, подростки зачастую воспроизводят распространенные медиа клише, без пояснений и примеров из личной жизни, что свидетельствует о слабой степени критического осмысления репрезентаций политической ситуации. В свою очередь, совершеннолетние информанты демонстрируют не только осведомленность о текущей политической ситуации в России, но также сравнивают ее с периодом 1990-х годов, отмечая прошедшие изменения в стиле государственного и муниципального управления, уровне цензуры в СМИ, соблюдении конституционных прав и т. п.

По мнению информантов, типичный участник несанкционированной протестной акции – это представитель старшей молодежи в возрасте 30–35 лет, недовольный текущей ситуацией в стране и требующий решения отдельных социальных и политических проблем мирным путем. Он хорошо осведомлен о возможных последствиях

участия в несанкционированных протестных акциях, но осознанно идет на риск, поскольку рассматривает митинг как площадку для своего волеизъявления. Информанты подчеркивают минимальное количество или полное отсутствие на несанкционированных протестных акциях, проходивших в Санкт-Петербурге в 2021 году, лиц, которых можно внешне определить, как несовершеннолетних. Вместе с тем, информанты считают, что лиц, не достигших 18 лет, не нужно формально ограничивать в возможностях для участия в политических собраниях, в т.ч. в протестных акциях, при условии их сопровождения ответственными за них взрослыми.

Среди ключевых причин неучастия в несанкционированных протестных акциях были выделены: удовлетворенность текущей ситуацией в стране и действующей властью, оценка таких акций как неэффективной меры для изменения ситуации и страх возможных последствий (увольнения или отчисления, конфликтов в семье, неподъемного штрафа, ареста).

Мотивы участия в несанкционированных протестных акциях подростков и совершеннолетней молодежи различны. Ключевым мотивом участия у подростков выступают любопытство, интерес, стремление к новым эмоциям, в то время как мотивы политического волеизъявления не выражены. Для молодежи старше 18 лет основным мотивом выступает желание выразить недовольство текущей ситуацией в стране и повлиять на возможные изменения, что демонстрирует более осознанное участие в протестных акциях.

В ходе исследования были выделены дополнительные побуждающие факторы участия в несанкционированных протестных акциях: наличие единомышленников в кругу знакомых, спутников при посещении конкретной акции, а также активное освещение предстоящих митингов в СМИ. Основные каналы получения информации о несанкционированных протестных акциях 2021 года в Санкт-Петербурге: социальные сети, новостные интернет-ресурсы и, в меньшей степени, телевидение.

Выявлены ключевые факторы, сдерживающие участие в несанкционированной протестной акции: страх применения насилия со стороны правоохранительных органов и риск увольнения

с работы. Опыт собственного задержания, или же кого-либо из знакомых во время акции, не способствует отказу от участия в подобных акциях в дальнейшем. Скорее наоборот, прецеденты задержания вызывают у информантов чувство несправедливости, обостряя желание изменения политической системы.

Информанты вне зависимости от возраста демонстрируют низкий уровень доверия к легальным формам политического участия (выборам, петициям, обращениям и т.п.). Массовое участие граждан в несанкционированных протестных акциях воспринимается как единственный доступный способ коммуникации с властью и донесения собственной позиции.

Однако оценки эффективности участия в несанкционированных протестных акциях среди подростков и совершеннолетней молодежи различаются. Так, подростки скептически настроены по отношению к возможным переменам в результате подобных акций. В то время как молодые люди старше 18 лет уверены в эффективности такой формы политического участия и приводят примеры достижения требований митингующих россиян за последние несколько лет.

Современная молодежь переосмысляет и расширяет понятие патриотизма: участие в несанкционированных протестных акциях рассматривается как форма гражданской активности, нацеленная на улучшение уровня жизни. Совершеннолетние информанты считают, что патриотизм может выражаться и в стремлении к преобразованию политической системы. Подростки, напротив, демонстрируют в большей степени деполитизированное и эмоциональное понимание патриотизма. Однако все информанты четко разделяют понимание государственной власти от понимания страны и Родины.

Информанты идентифицируют себя со страной и выражают равнодушие к ее будущему. Однако выраженность национальной идентичности подростков и молодежи старше 18 лет различна: совершеннолетние информанты не только чаще ассоциировали себя со страной, но также демонстрировали принадлежность к своему городу, что в совокупности подтверждает большую мотивированность их участия в протестных акциях, в силу представлений о сопричастности к происходящему и стремлению изменить ситуацию.

Таким образом, полученные данные свидетельствуют о том, что мотивы участия в несанкционированных протестных акциях различны. Выявленные различия младшей и старшей возрастных групп молодежи обуславливают необходимость их учета при разработке профилактических программ.

Библиографический список

1. Всероссийский центр изучения общественного мнения : официальный сайт. – Москва. – URL: <https://wciom.ru/ratings/protestnyi-potencial> (дата обращения: 06.07.2021).
2. Левада-Центр. Аналитический центр Юрия Левады : официальный сайт. – Москва. – URL: <https://www.levada.ru/2021/06/08/protestnye-nastroeniya-2/> (дата обращения 06.07.2021).
3. **Гужавина Т. А.** Протестный потенциал и реальный протест: к проблеме изучения // Социальное пространство. – 2015. – 1(01). – С. 1–7.
4. **Соколов А. В., Палатников Д. Е.** Индексный анализ потенциала протестной активности в субъектах Российской Федерации // Вестник ВГУ. Сер.: История. Политология. Социология. – 2019. – № 4. – С. 68–74.
5. **Мягков А. Ю.** Опросные методы сбора данных: предпочтения респондентов // Методика и техника социологических исследований. – 2000. – № 8. – С. 98–109.
6. **Романович Н. А.** Отказы респондента в зависимости от восприятия им опроса и его методов // Экономические и социальные изменения: Мониторинг общественного мнения. Информационный бюллетень. – 1996. – № 4. – С. 41–45.

Войник Анна Александровна – начальник отдела социологических исследований, Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Городской центр социальных программ и профилактики асоциальных явлений среди молодежи «КОНТАКТ». E-mail: a.voynik@center-kontakt.ru.

Снегур Маргарита Романовна – специалист отдела социологических исследований, Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Городской центр социальных программ и профилактики асоциальных явлений среди молодежи «КОНТАКТ»; аспирант, Санкт-Петербургский государственный университет, факультет социологии. E-mail: m.snegur@center-kontakt.ru.

УДК 94

*Эльвина Салаватовна Закирова,
Ирина Евгеньевна Крапоткина*
Елабужский институт Казанского
федерального университета

КОМСОМОЛ ТАТАРИИ В ГОДЫ ГРАЖДАНСКОЙ ВОЙНЫ

Аннотация. Автор статьи анализирует деятельность комсомольцев Татарии в период гражданской войны. Комсомол являлся ведущим звеном советской молодёжи, а также объединением, которое состояло из людей, кто верил в лучшую жизнь, стремился воплощать в неё идеалы нашей страны. Данное молодёжное объединение было значимым в жизни простого советского человека, поэтому изучение бытовой жизни советского населения остаётся важным на сегодняшний день. Цель исследования – охарактеризовать комсомольскую организацию в Татарии.

Ключевые слова: СССР, Татария, комсомольская организация, гражданская война.

Elvina S. Zakirova, Irina E. Krapotkina
Yelabuga Institute of Kazan Federal University

THE COMSOMOL OF TATARIA DURING THE CIVIL WAR

Abstract. The author of the article analyzes the activities of the Komsomol members of Tatarstan during the civil war. The Komsomol was the leading element of the Soviet youth, as well as an association that consisted of people who believed in a better life, sought to embody the ideals of our country in it. This youth association was significant in the life of an ordinary Soviet person, so the study of the everyday life of the Soviet population remains important today. The purpose of the study is to characterize the Komsomol organization in Tatarstan.

Keywords: USSR, Tatarstan, Komsomol organizations, civil war.

1917 год привнес в историю России кардинальные изменения. Такие перемены связаны с Великой российской революцией 1917 года, коснувшиеся всех слоёв населения, в том числе и молодёжи, которая способствовала внедрению этих изменений в массы. Комсомол являлся ведущим звеном советской молодёжи, а также объединением, которое состояло из людей, верующих в лучшую жизнь и желающих воплощать в неё идеалы нашей страны. География этого движения расширялась и естественно, что «революционный шаг» вместе со всей страной делает и молодёжь Татарии. Особенностью Татарской областной организации ВЛКСМ являлась ее интернациональность, так как она объединяла под своим крылом молодёжь различных национальностей. Стоит отметить, что процесс создания первых комсомольских организаций был достаточно тяжёл, велась ожесточённая борьба с буржуазно-националистическими элементами, а также с попами, муллами и даже кулаками. Но, несмотря на все преграды, комсомол Татарии становится одним из крупнейших трудовых и боевых отрядов страны [1]. Постепенно комсомольские ячейки разрастались и уже сотни юношей и девушек могли объединяться в целые организации. Итогом такого синтеза стало то, что ВЛКСМ Татарии стала целой системой, объединившей около 500 тысяч молодых людей [2]. Молодые люди впитали идеи Коммунистической партии, стали примерами истинного героизма и самоотверженности не только на фронте, но и в славном трудовом деле.

Не прошли мимо советской молодёжи и события октября, февраля 1917 г., когда в государстве царил голод и разруха, а к правлению пришла новая власть, к тому же, ситуацию усугубляла Гражданская война (1917–1922 гг.). Но даже эти потрясения не смогли сломать наш народ, а наоборот, дали ещё больше сил для объединения людей и строительства нового общества.

В этот период особенно ярко проявляется активность народных масс в общественной и в трудовой деятельности. Несомненно, социальная группа молодёжи была среди лидеров всех общественных движений. Результатом такой бурной деятельности стало появление Советов, позже Союза рабочей молодёжи, кружков и

фабрично-заводских комитетов. В связи с беспокойной обстановкой в стране 13 сентября 1917 г. было принято решение о создании боевой дружины. Стоит сказать и о роли профсоюзов, так как часть молодых людей работала в сфере тяжелой промышленности и особенно нуждалась в защите своих прав. Именно поэтому большевистская молодёжь боролась за охрану труда подростков, требовала ввести 6-часовой рабочий день и право участия в выборах с 18 лет [3].

Комсомольцы Татарии стали непосредственными участниками Гражданской войны. Порядка 1000 юношей приняли участие в боях 1917–1922 гг. Их отправляли воевать на Восточный, Южный, Западный, а также Туркестанский и другие фронты. В ходе Гражданской войны появлялась необходимость периодической организации Всероссийской мобилизации комсомольцев на тот или иной фронт, например, в мае 1919 г. от Казанской организации РКСМ ушли на Восточный фронт 80 человек, а в июле группа комсомольцев-добровольцев из Казани держит путь на Южный фронт [4]. Кроме того, молодые люди должны были восстановить разрушенное в ходе войны народное хозяйство, они прекрасно понимали, что успех курса Коммунистической партии на индустриализацию и коллективизацию во многом будет зависеть от качества их работы. Несомненно, Гражданская война имела и положительные последствия, например, после Февральской революции 1917 г. наблюдается резкое появление подпольных юношеских организаций, которые в основном создавались в форме кружков с небольшим количеством людей. Ведущим звеном, как и прежде, был комсомол, но кроме него появляются и другие кружки, рабочие клубы и всевозможные союзы. В рамках таких кружков видные деятели занимались просвещением молодёжи, особенно тщательно боролись с неграмотностью. Изначально объединения молодёжи возникают в крупных городах, а уже затем и в малых, порой такая тенденция доходила до деревень и посёлков [5]. Если говорить об Октябрьской революции, то после неё последовала новая волна объединения молодёжи. Былые подпольные организации со временем перерастают в союзные ячейки на предприятиях. В основ-

ном такие сообщества создавались на крупных заводах и фабриках. Что касается крупных городов, то здесь формировались целые организации (например, ССРМ – Союз социалистической рабочей молодёжи в Петрограде), которые в дальнейшем стали основанием для создания целой структуры общероссийского масштаба [1].

История комсомольского движения в Республике Татарстан берёт своё начало весной 1917 г. Уже тогда, в апреле, был создан Социалистический кружок татарской молодежи на базе Бондюжского завода. Это событие стало первым шагом в эпохе деятельности комсомола Татарии. В то время ещё не было содействия со стороны партийных и рабочих организаций, большинство из которых создавались с одной общей целью – это культурное просвещение молодых людей. Через месяц, в мае 1917 г., передовая часть татарской молодёжи посёлка Бондюги объединяется в Мусульманский союз, где совместными усилиями юноши и девушки организуют драматический кружок, в рамках которого проводились концерты и творческие вечера [5]. Особенностью этой организации стало создание единого хора для русской и татарской молодёжи, где представители обеих национальностей могли петь на своих родных языках. Уже 4 июля 1917 г. в здании Алафузовского рабочего театра решено создать Союз рабочей молодёжи Казани с целью подготовки пролетарских революционеров [1]. Юноши и девушки выразили свою готовность бороться за дело рабочего класса под руководством большевиков.

Особую роль в становлении молодёжного движения занимает партийная организация Татарии, которая проводила ряд организаторской и воспитательной работы среди молодежи. Коммунистическая партия учила юношей и девушек высокой идейности, самоотверженности и инициативности. Стоит отметить работу видных партийных деятелей, таких как: В. А. Тихомирнов, А. И. Бочков, И. Н. Волков, И. Я. Гладилов, Л. Я. Карпов, А. П. Комлев, В. С. Шафигуллин. Именно они вели активную работу над созданием молодёжных организаций, нередко проводили встречи с молодыми людьми, в ходе которых рассказывали о своей деятельности, вдохновляли их и давали наставления. Немаловажную роль

они сыграли и в создании Союза рабочей молодёжи Казани, так как именно им удалось вдохновить молодых рабочих на совместную деятельность и объединить в единую организацию [6].

Открытие в Казани I губернской конференции Коммунистического Союза Молодёжи 14 июля 1919 г. стало ярким событием в истории комсомола Татарии. Этот день стал днём рождения Татарской комсомольской организации [7]. Участниками конференции стали представители двенадцати уездных организаций губернии, а также пяти районных организаций города Казани. Результатом этой встречи было провозглашение комсомола Татарии, который стал частью общественно-политической системы не только республики, но и всего Советского Союза. Кроме того, на I губернской конференции РКСМ в Казани был избран первый губернский комитет комсомола, приняты важнейшие документы, в которых содержались основные направления работы союза [8]. Губком РКСМ организовал ряд мероприятий, например, к 7 ноября Казанский губернский комитет провёл Неделю красной молодёжи, в рамках которой в самой Казани было создано 20 комсомольских ячеек, а по всей губернии – 114 [3].

Делая вывод, можно сказать, что в Татарии в 1917-1922 гг. существовало огромное количество молодёжных объединений, которые активно занимались развитием культуры молодёжи, уделяли особое внимание интернациональному воспитанию, через газеты и истории комсомольцев прививали героизм и самоотверженность. Несмотря на то, что огромное количество времени молодёжь занималась трудом, учёбой и политической агитацией, у них оставалось время на развлечения и участие в творческих кружках. К 1940-х гг. комсомол становится неотъемлемой частью жизни советского народа. И это неудивительно, ведь комсомолу не было равных.

Библиографический список

1. История комсомола в Республике Татарстан. Комсомольцы в лицах: информационно-метод. материалы по проведению мероприятий по краеведению и патриотическому воспитанию молодёжи / ГБУК РТ «Респ.

юнош. б-ка, сост. К. Р. Шаймиева, М. С. Большебородова. — Казань: Республиканская юношеская библиотека, 2018. — 253 с.

2. История комсомола в Республике Татарстан. Комсомольцы в лицах: информационно-метод. материалы по проведению мероприятий по краеведению и патриотическому воспитанию молодежи / ГБУК РТ «Респ. юнош. б-ка, сост. К. Р. Шаймиева, М. С. Большебородова. — Казань: Республиканская юношеская библиотека, 2018. — С. 23–24.

3. Декрет Совета Народных Комиссаров. О восьмичасовом рабочем дне / Собрание узаконений и распоряжений правительства за 1917–1918 гг. Управление делами Совнаркома СССР. — М.: Политиздат, 1942. — 13 с.

4. **Леушин Б.** Молодежь брала напором и энтузиазмом! / Б. Леушин // Комсомолец Татарии. — 2018. — № 5. — 561 с.

5. **Мокейчева О.** Профсоюзы и молодежь: как все начиналось в Казанской губернии. / [Электронный ресурс] URL: <https://proftat.ru/modules.php?mod=history&type=5&id=7351> (дата обращения: 05.03.2022).

6. **Коротин Ю. Н.** Досуг молодежи в 20-е гг. XX века (на материалах Самарской и Пензенской губерний) / Известия ПГУ им. В. Г. Беллинского. — Пенза: Изд-во ГОУ ВО «Пензенский государственный университет», 2012. — №27. // [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dosug-molodezhi-v-20-e-gg-hh-veka-na-materialah-samarskoy-i-penzenskoy-guberniy> (дата обращения: 17.03.2022).

7. Большая советская энциклопедия / Глав. ред. А. М. Прохоров. — 3-е изд. — Т. 1. — М.: Сов. энциклопедия, 1969. — 608 с.

8. **Мирсай Амир.** Агидель: повести и рассказы: Пер. с тат. — М.: Совет. писатель, 1948. — 174 с.

Закирова Эльвина Салаватовна — бакалавр, кафедра «Всеобщей и отечественной истории», Елабужский институт Казанского федерального университета, Елабуга, Россия. E-mail: zakirova1305@inbox.ru.

Крапоткина Ирина Евгеньевна — доцент, к.и.н., Елабужский институт Казанского федерального университета, Елабуга, Россия. E-mail: IEKrapotkina@kpfu.ru.

УДК 659.3

Виолетта Владиславовна Ли,

Ангелина Андреевна Францева,

Татьяна Анатольевна Нам

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ВОЛОНТЕРА КАК МЕХАНИЗМ ПРОДВИЖЕНИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА

Аннотация. В данной статье авторы рассматривают понятие волонтерства и определяют ключевые аспекты влияния добровольчества на общественные процессы. Обосновывается необходимость формирования имиджа волонтера как носителя новой системы ценностей, раскрывается значимость позиционирования волонтерства для развития добровольческой деятельности.

Ключевые слова: добровольчество, волонтерство, социальный проект, социально-ориентированные некоммерческие организации, имидж, благотворительность, социальный эффект.

Violetta V. Li,

Angelina A. Frantseva,

Tatyana A. Nam

Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

BUILDING A POSITIVE IMAGE OF THE VOLUNTEER AS A MECHANISM TO PROMOTE VOLUNTEERING

Abstract. In this article, the authors consider the concept of volunteering and identify key aspects of the impact of volunteering on social processes. The necessity of forming the image of the volunteer as the bearer of a new post-materialistic system of values is grounded, significance of positioning volunteering for the development of voluntary activity is revealed.

Keywords: volunteering, social project, socially oriented non-profit organizations, image, philanthropy, social effect.

Понятие «волонтерство» имеет французские корни и происходит от слова «Volontaire», то есть волонтер. Оно определяется как деятельность, совершаемая добровольно на благо общества или социальных групп, без расчета на какое-либо вознаграждение [4]. Оно имеет русский синоним, указанный Владимиром Далем – «повольщина». Распространённое сегодня понятие «добровольчество» появилось позже, выступая более благозвучным и близким по семантике понятиям «добродушие» и «добрая воля» [3].

Как показывает история, в волонтерской работе всегда принимали участие абсолютно разные слои населения вне зависимости от профессии, уровня доходов и образования. Быть частью волонтерского движения может быть любой желающий, вне зависимости от религии и вероисповедания, возраста, расы и гендера [3]. В основе добровольчества лежали и по сей день лежат такие ценности как небезразличие, взаимовыручка, равенство, ответственность, активная гражданская позиция, терпимость, солидарность, коллективная ответственность. Актуальность темы обусловлена тем, что в последние несколько лет в Российской Федерации наблюдается рост заинтересованности населения в добровольческой деятельности, в связи с чем со стороны органов государственной власти регулярно разрабатываются различные предложения и программы по поддержке волонтерских инициатив. Однако, из-за того, что данная сфера динамично развивается в последние 5 лет, существует большое количество стереотипов о добровольчестве и недостаточная осведомленность общества о деятельности волонтеров.

Добровольческая деятельность играет важную роль во многих общественных процессах, например:

- формирование таких ценностей, как эмпатия, деятельное сострадание, патриотизм, терпимость, забота и помощь нуждающимся;
- формирование правового самосознания, стимулирование познания и раскрытия собственного потенциала;
- становление здоровых, устойчивых сообществ, направленных на совместную деятельность по генерации инновационных решений социальных проблем и их внедрению для достижения общих целей;

– рост престижа добровольного участия граждан в общественной жизни страны через достойный уровень развития гражданского общества, формирование и укрепление гражданской позиции.

Все вышеперечисленное напрямую зависит от того, насколько вовлечены граждане в общественно-значимую деятельность, следовательно, важно сформировать соответствующий имидж добровольца, который должен ясно и эффективно репрезентовать цели, задачи и ценности волонтерства, нести эмоционально-позитивную нагрузку и разрушать стереотипы. Имидж волонтерской деятельности включает в себя следующие элементы [2]:

– миссия деятельности – предопределяемый и желаемый итог общих усилий, целенаправленность, ценностные ориентиры, традиции и принципы;

– общественное суждение – тот коммуникативный эффект, который достигается в результате работы с благополучателями.

– бренд – образ, сформированный в сознании целевых групп, а также его материальные носители: фирменный стиль, одежда с символикой организации, атрибутика, отражающие смысл и характер организации;

– внутренняя культура – формирование этики и ценностей волонтера, алгоритм взаимодействия между волонтерами и наставниками;

– организационная культура – взаимоотношения, сложившиеся между координаторами и участниками деятельности, уровень общей организованности, дисциплинированности, порядка и логики деятельности [1].

С учетом всех обозначенных аспектов создается среда, мотивирующая граждан заниматься добровольческой деятельностью. Правильное позиционирование добровольца лично и добровольчества в целом напрямую влияет на следующие факторы:

1. Налаженность структуры организации деятельности волонтеров. Волонтер точно знает, к кому обратиться за помощью или кому задать вопросы. У волонтера есть твердая уверенность в своих действиях, основанная на том, что всегда есть наставник, готовый с пониманием и уважением отнестись к его трудностям.

2. Наличие благоприятного психологического климата. Волонтер должен чувствовать, что его присутствие важно и необходимо, ощущать значимость выполняемой работы.

3. Наличие общей культуры и системы ценностей, формирующих чувство сопричастности к общему делу.

4. Участие в волонтерской деятельности лидеров мнений, таких как представители органов исполнительной власти, шоу-бизнеса, социальных организаций, крупных транснациональных корпораций.

Хорошим примером может служить корпоративная социальная ответственность. Крупные организации с уже сформированным брендом участвуют в благотворительной и волонтерской деятельности, тем самым подавая пример своим клиентам. Подобные меры зачастую несут положительные изменения для компании. В особенности, это касается транснациональных корпораций. Так, больше 90% организаций, лидирующих по версии Fortune 500, развивают инклюзивную среду на предприятии и внедряют в свою деятельность практики стимулирования корпоративного волонтерства, то есть добровольного участия сотрудников в социальных программах [2].

Для социума корпоративное волонтерство выполняет ряд функций: помощь в развитии местных сообществ; рост результативности помощи уязвимым и малозащищенным слоям населения; повышение лояльности к благотворительности и добровольческой деятельности среди клиентов компании.

5. Разработанная система поощрений волонтеров, например, получение грамот или благодарственного письма, награды, как публичное признание деятельности добровольца.

6. Возможности профессионального роста и получения дополнительного образования. Данный аспект важен тем, что неразрывно связан с имиджем волонтера. Качественно обученный волонтер выполняет свой функционал наравне с работником организации, вносит вклад в ее развитие, и одновременно с этим изменяет общественное мнение о компетентности добровольцев. Уровень подготовки волонтеров крайне важен, особенно в таких направлениях, как инклюзивное волонтерство, волонтерство в сфере ЧС, интеллектуальное волонтерство, где отсутствие определенных те-

оретических и практических навыков может привести к негативным последствиям [5].

Правильно сформированный имидж и позиционирование добровольчества в обществе позволят увеличить количество участников рассматриваемой деятельности, поскольку волонтерство, являясь одним из инструментов формирования общечеловеческих ценностей, имеющих общественно-значимый характер, позволяет реализовать в том числе и личностные мотивы добровольца: желание общественного признания, саморазвитие, совершение благих поступков, оказание помощи кому-либо.

Библиографический список

1. Ковтун А. В., Соколов А. А., Метелев А. П. Методические рекомендации по работе с волонтерами (добровольцами) для руководителя организации // М.: Ассоциация волонтерских центров, 2017. — 54 с.

2. Аникеева О. А., Рудницкая А. П., Решетникова О. В. Основы организации и управления добровольческой деятельностью: учебник для студентов вузов // М.: Издательство РГСУ, 2019. — 245 с.

3. Подготовка волонтеров: программы, рекомендации, модели опыта // М.: ГОУ ЦРСДОД, 2007. — 60 с.

4. История волонтерского движения в России // ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/info/5870697> (дата обращения: 22.03.2022).

5. Мотивация участия молодёжи в добровольческой деятельности // Межрегиональная общественная организация «Семья против наркотиков» [Электронный ресурс]. URL: <http://semya-protiv-narkotikov.ru/motivaciya-uchastiya-molodezhi-v-dobrovolcheskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 22.03.2022).

Ли Виолетта Владиславовна — студент бакалавриата 4 курса, ВШИП-ПиПЛ Ги СПбПУ, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: li2.vv@edu.spbstu.ru. Тел.: +7 (996) 790-24-14.

Францева Ангелина Андреевна — студент магистратуры 2 курса, ВИЭШ ИПМЭиТ СПбПУ, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: frantseva.aa@edu.spbstu.ru. Тел.: +7 (962) 710-09-46.

Нам Татьяна Анатольевна — доцент Высшей школы инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, кандидат педагогических наук, СПбПУ, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: nam_ta@spbstu.ru. Тел.: +7 (911) 240-03-49.

Вероника Сергеевна Моисеева
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

СРАВНЕНИЕ ПРАКТИК ОСОЗНАННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ЗАПАДА И РОССИИ

Аннотация. В данной статье изучается понятие и концепция осознанного потребления. В рамках исследования с изучается практика осознанного потребления в России и в странах Запада. Дается авторское понимание термина «осознанное потребление»: это разумный, т.е. экономный, расчетливый подход к выбору и покупке тех или иных вещей и продуктов.

Ключевые слова: осознанное потребление, практика осознанного потребления, страны Запада, Россия, разумное потребление.

Veronika S. Moiseeva
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

COMPARISON OF CONSCIOUS CONSUMPTION PRACTICES IN THE WEST AND RUSSIA

Abstract. This article studies the concept and concept of conscious consumption. The study studies the practice of conscious consumption in Russia and in Western countries. The author's understanding of the term «conscious consumption» is given: it is reasonable, i.e. an economical, prudent approach to the selection and purchase of certain things and products.

Keywords: conscious consumption, the practice of conscious consumption, Western countries, Russia, reasonable consumption.

Напряженная экологическая обстановка, которая существует в настоящее время и касается экологических бедствий, приводящих к ухудшению состояния здоровья населения, происходит во многих случаях по причине отсутствия у людей понимания об осознанном

потреблении, что могло бы значительно улучшить положение экологии. На поисковой запрос об экологических проблемах, система выдает 13 основных, некоторые из которых могло бы предотвратить человечество, если бы подходило разумно к своим практикам потребления, задумываясь о будущем целой планеты. Речь идет не о крупных организациях, как, например, всемирно известная международная экологическая компания Greenpeace, а о каждом человеке в индивидуальном порядке.

Осознанное потребление складывается из нескольких составляющих – сокращение и переработка мусора, бережное отношение к ресурсам и помощь природе. Это такой образ жизни, когда есть понимание своих чувств и осознание результата действий. Важно понимать, что сделанный выбор включает в себя не только заботу о себе, но и разумную заботу о природе [2, с. 9]. Все это не сложно осуществить. Для лучшего понимания можно вспомнить те простые правила, которым учили каждого человека, когда он был ребенком – не обижать животных и стараться им помогать, не срывать цветы и не ломать ветки, разводить костры только в специально отведенных для этого местах, принимать участие в озеленении. У взрослых спектр возможностей еще шире – из простых: можно принимать участие в субботниках, озеленят территории у дома и научить младшее поколение экологической культуре. Самое важное, что влияние заботы о природе также сказывается и на вашей жизни с положительной стороны. Например, выключая воду во время чистки зубов, каждый человек экономит ее, что способствует уменьшению счета за квартплату.

Итак, что такое осознанное потребление – разумное использование ресурсов и экологичный образ жизни. То есть, это не только отсутствие вреда природе, но и помощь ей.

Осознанное потребление стало трендом XXI века. Технологическая революция, изобретение дешевого пластика, что привело к его широкому распространению, товары стали доступнее, магазины загружены им в разном его проявлении: посуда, одежда, еда, упакованная в пластик. Покупки современного поколения стали намного больше, чем у предыдущего, хотя используется только

половина. Остальная половина сохраняется нами в шкафах или в худшем случае, отправляется на помойку.

Для наглядности согласно докладу ФАО ООН, только в США на утилизацию уходит целых 40% от всей пищи, которая производится, по всему миру выбрасывается 1,3 миллиарда тонн в год, что составляет треть от общего объема продуктов питания. Статистика по России не менее удовлетворительная: по данным Росстата, люди выкидывают 25% купленных фруктов, 20% картофеля и муки, 15% мясных консервов [5, с. 297]. Учитывая тот факт, что около 1 миллиарда населения Земли голодает, можно сделать вывод, что достаточно сократить отходы, что экономит водные, земельные и энергетические ресурсы в том числе.

С каждым днем сегодня все больше людей задумывается о бережном отношении к природе, об осознанном потреблении. На первый взгляд это кажется сложным, но есть основные принципы, которых каждый может придерживаться и использовать в повседневной жизни. Вот некоторые из них: замена пластиковых пакетов многоразовыми сумками (шопперами) или авоськой, которая, кстати, является трендом; покупка такого количества продуктов, которое вы сможете съесть; сортировка отходов; покупка дорогой, но более качественной одежды; отдавать вещи на переработку или нуждающимся, находить ненужным вещам новый дом, экономия электричества и воды.

По прогнозам World Data Lab, к 2022 году доходы поколения миллениалов выйдут на первое место в мире [3, с. 307]. Может показаться, что при росте доходов также будет происходить и рост потребительских расходов. Но поколение миллениалов является носителем новой культуры, которая подразумевает под собой покупку только тех товаров, которые легки и удобны в использовании.

В 2017 году размер экономики совместного использования (sharing economy), одной из практик осознанного потребления, составлял \$18,2 млрд. По прогнозам американской компании Juniper Research, к 2022 году размер этой практики составит \$40,2 млрд [1, с. 82]. Вместе с ростом совместного потребления повышается

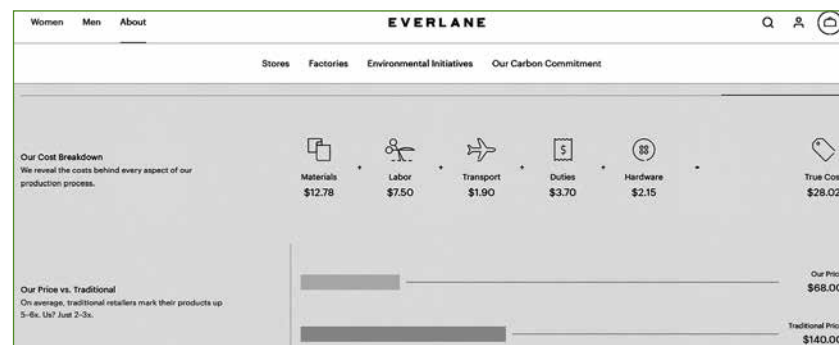


Рис. 1. Формирование стоимости товара Everlane

внимание к проблемам экологии и осознанного потребления. Такие ценности современного поколения приводят к возникновению нетрадиционных бизнес-моделей — от аренды до переработки вещей. Давайте наглядно рассмотрим подход некоторых компаний стран Запада и России к тренду осознанного потребления.

Американская компания Everlane по производству и продаже одежды, слоганом которой является «радикальная открытость» пересмотрели свой процесс отправки товаров, из-за которого футболки себестоимостью в \$7,5 вытекала в цену \$50. Так компания решила продавать товары напрямую без посредников и планировать процессы таким образом, чтобы все вещи раскупались без излишка, не теряя при этом своего качества. Также была пересмотрена концепция бренда. Они отошли от веяний моды и стали производить классическую одежду, актуальную всегда. Таким образом, в 2016 Everlane за год выручили \$100 млн [4, с. 52]. При этом компания является абсолютно открытой для покупателей, даже на сайте каждый может посмотреть, из чего складывается такая стоимость товара (рис. 1).

Следующий яркий пример приспособленности под тренд осознанного потребления является компания американская Rent the Runway, которая придерживается практики совместного использования (sharing). Идея заключается в аренде по подписке: компания

скупает дизайнерскую одежду по оптовой цене и сдает ее напрокат за небольшие деньги. Данный подход является экологичным из-за дальнейшего повторного использования одежды. Потребитель может оформить месячную подписку фиксированной стоимости и брать вещи на прокат, сколько ему потребуется. В настоящее время компания имеет 6 миллионов подписок от покупателей в США, что очень впечатляет.

Еще одна крупная компания, которая со временем успешно внедрила в свою деятельность экологический подход, Patagonia. Ее история началась с производства оборудования и одежды и оборудования для скалолазания. Сейчас компания занимается поддержкой экоинициатив: например, в «черную пятницу» полученные доходы перешли природоохранным организациям, а на постоянной основе они жертвуют 1% от всех доходов организациям, выступающим за разумное потребление. Помимо пожертвований, Patagonia имеет свой собственный проект Worn Wear, который занимается переработкой старых рыболовных снастей и производит из этого все – от скейтбордов до очков (рис. 2).

Из всех экотрендов, которые распространены в западной культуре, в России лидирует повторное потребление. Но причина популярности направления скорее связана с экономической ситуацией в стране.



Рис. 2. Скейтборд из переработанных рыболовных снастей

На российском рынке немного проектов, продвигающих идею осознанного потребления. Например, московский стартап 2016 года сервис «Свалка» является платформой для экопроектов, их слоган «экология на стиле». На сайте компании можно заказать вывоз вещей, которые впоследствии они отсортируют, подарят вторую жизнь или отправят на переработку. Кроме функции вывоза «Свалка» имеет свои секондхэнды в Москве, Санкт-Петербурге и Хабаровске, а сбором вещей занимаются еще и в Казани, Ростове-на-Дону, Самаре и Туапсе. Также компания сотрудничает и поддерживает благотворительные организации, работает с эко организациями и эоактивистами. Выше в статье приводился пример американской компании аренды вещей по подписке, такую же подписку можно оформить и в секонд-сторах «Свалки» всего за 1000 рублей в месяц!

Питерский бренд Polyagus – бренд современной культуры осознанного потребления. Polyagus делает аксессуары из переработанных автомобильных и велосипедных камер, рекламных баннеров и ремней безопасности, превращая их в стильные рюкзаки, клатчи, сумки. Компания имеет интересный девиз «Recycle your mind» («Переработай свое сознание»), что каждый человек может принять как вызов для себя. Такой подход бренда привел их к коллаборациям с такими крупными компаниями как IKEA, Adidas, Сбербанк, Газпром, СТС и многими другими.

Последние несколько лет замена пластиковых пакетов различными сумками является трендом, который не теряет своей актуальности. Проект «Авоська дарит надежду» с 2010 года выступает за отказ от таких пакетов и продвигает возвращение авосек, пользовавшихся спросом во времена СССР. Основательница бренда шопперов Arctica создала шопперы-долгожители из экокожи, каждый из которых сопровождается индивидуальной вышивкой и красивыми цветами, меняющимися каждый сезон.

Экологичный образ жизни уже давно укрепился в числе главных трендов. Заботясь о своем здоровье и здоровье своей семьи, мы стараемся выбирать только лучшее и по возможности отдаем предпочтение натуральным и экологически чистым продуктам.

Кроме того, время, проведенное в самоизоляции, трансформировало наше отношение ко многим вещам. Оказалось, человеку нужно не так уж много, включая одежду, еду и разные бытовые мелочи. От половины покупок можно спокойно отказаться без особого расстройств и без ущерба качеству жизни. Давайте разумно потреблять!

Библиографический список

1. **Иштирякова Л. Х.** Анализ понятийно-терминологических аспектов «Экономики совместного потребления» // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2020. – Т. 2. – № 3 (46). – С. 81–89.
2. **Потрекий Я.** Zero Waste: осознанное потребление без фанатизма. – Litres, 2021.
3. **Сибирев В. А., Головин Н. А.** Межпоколенческие различия в удовлетворенности жизнью и чувстве счастья в России (на материалах Европейского социального исследования) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. – № 1 (155).
4. **Babicheva E.** Building the fashion business of the future: Everlane and its radical transparency. – SAGE Publications: SAGE Business Cases Originals, 2019.
5. **Rodriguez, A., Sanders, I. R.** (2016) Colombain-Swiss Research to Help Feed the Planet: from Green Revolution to Microbial Revolution. Acta Biologica Colombiana. 21 (1), 297–303.

Моисеева Вероника Сергеевна – магистр, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; г. Санкт-Петербург. E-mail: v.veronika6933@gmail.com. Тел: +79516654545.

УДК 364.075.71

Павел Борисович Некрасов
Российский государственный
педагогический университет
им. А.И. Герцена

РОЛЬ ДОБРОВОЛЬЦЕВ В ВОСПИТАНИИ ДЕТЕЙ-СИРОТ

Аннотация. В современных быстроизменяющихся условиях процесс подготовки к социализации детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, воспитывающихся в стационарных сиротских учреждениях, стоит особо остро, так как по многочисленным исследованиям вчерашние воспитанники сиротских учреждений испытывают затруднения в самостоятельной жизни: не имеют навыков планирования времени, не умеют готовить пищу, не владеют финансовой грамотности. Поскольку государственное учреждение может осуществлять только системную работу, то индивидуальную работу осуществляют, как правило, добровольцы, благодаря которым развивается институт наставничества для детей-сирот, именно благодаря добровольческой деятельности развивается негосударственный институт наставничества детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.

Ключевые слова: воспитанники детских домов, дети-сироты, добровольцы, наставничество.

Pavel B. Nekrasov
Herzen State Pedagogical
University of Russia

THE ROLE OF VOLUNTEERS IN THE UPBRINGING OF ORPHANED CHILDREN

Abstract. The in modern rapidly changing conditions, the process of preparing for the socialization of orphaned children and children left without parental care, brought up in inpatient orphanages, is particularly acute, since according to numerous studies, yesterday's orphans of orphanages have difficulties in independent life: they do not have time planning skills, do not know how to

cook, do not have financial literacy. Since a state institution can only carry out systematic work, individual work is carried out, as a rule, by volunteers, thanks to whom the institute of mentoring for orphans is developing, it is thanks to voluntary activity that the non-state institute of mentoring orphans and children left without parental care is developing.

Keywords: children from orphanages, orphans, volunteers, mentoring.

В настоящее время проблема социализации детей-сирот является одной из острых проблем современной России, в ситуации серьёзных социально экономических перемен воспитанники детского дома оказываются особенно уязвимыми [1], естественно на уязвимость воспитанников сиротских учреждений влияет как политическая обстановка в стране, так и ограничения, накладываемые в связи с обострением эпидемиологической обстановки, так как воспитанники на долгое время остаются без общения со внешним окружением. Проблемы социализации детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, отличаются особой сложностью, проведенные исследования (работы М. И. Буянова, И. А. Залыгиной, А. И. Захарова, Е. М. Рыбинского, Е. О. Смирновой и др.) позволяют утверждать, что результатом пребывания в учреждениях интернатного типа является наличие в социально-психологическом статусе воспитанников таких характеристик как неразвитый социальный интеллект, иждивенчество, рентные установки, рецептивный тип характера, повышенный уровень отклоняющегося поведения [1]. В настоящее время к проблемам с которыми сталкиваются воспитанники и выпускники сиротских учреждений добавляются резкое ухудшение здоровья, наличие новых коммуникативных барьеров, связанных с ограничениями накладываемых государством в силу тех или иных событий, происходящих в обществе.

Поскольку государство не может организовать индивидуальный подход к развитию личности и воспитания каждого ребенка, так как на системном уровне это сделать невозможно в силу личностных психологических черт воспитанников, а ресурсов воспитателя и социального педагога не всегда хватает на индивидуальный подход к воспитаннику, а порой воспитатель даже не может понять,

что происходит в группе и поэтому его функции могут сводиться только к организационно-контролирующим [2].

Большую роль в процессе воспитания и подготовки к социализации детей-сирот, воспитывающихся в стационарных учреждениях, играют благотворительные фонды и некоммерческие организации, так как именно они привлекают добровольцев к общению с воспитанниками сиротских учреждений, практически все добровольцы, приходящие в детские дома и центры содействия семейного воспитания, приходят от некоммерческих организаций и благотворительных фондов, реже от церковных организаций, зарегистрированных на территории России и ведущих свою социальную деятельность в детских учреждениях [3, с. 216].

В Санкт-Петербурге существует несколько некоммерческих организаций и благотворительных фондов, занимающихся наставничеством и сопровождением детей-сирот. Так Санкт-Петербургский проект «право выбора» регионального общественного движения «Петербургские родители» [4, с. 321] проводит обучение добровольцев – значимых взрослых, так как для ребенка «Значимый взрослый – это друг, который немногим старше ребёнка, но умеет и хочет быть рядом, поддерживать, делиться опытом и тем самым создавать опору в жизни подростка. Значимый взрослый предоставляет возможность обсуждать любые задачи, вызывающие сомнения, боль и страх. Значимым взрослым от 18 до 32 лет – это тот возраст, который имеет запас принятия и ещё активно развивает ценности, на которых формируется общий интерес к миру» [4, с. 321]. Все добровольцы проходят обучение и потом знакомятся с воспитанниками сиротских учреждений и становятся старшими товарищами к которому ребенок может обратиться уже после выпуска из сиротского учреждения, так как проект направлен на долгосрочное сотрудничество, то он показывает высокие результаты воспитания детей-сирот и их подготовку к социализации добровольцами проекта.

Благотворительная организация «Пристань» [5, с. 37] так же практикует институт наставничества для детей-сирот, которая сначала проводит тренинг для добровольцев и только потом до-

пускает их к общению с ребенком, поскольку наставник — это прежде всего друг, а первое время «человек, у которого можно спросить совета, который помогает рассуждать, находить ответы на вопросы, решать задачи. С которым можно не бояться, что тебя осудят. Это плечо, на которое можно опереться, и которого так не хватает детям» [5, с. 37]. Таким образом благотворительная организация «Пристань» так же организует институт наставничества для детей-сирот.

Благотворительный фонд «Старшие Братья и Старшие Сестры» [6, с. 139] так же организует наставничество для воспитанников сиротских учреждений «волонтеры-наставники становятся «старшими братьями» и «старшими сестрами» для своих подопечных. У ребенка появляется друг, которому он может задать сложный вопрос, с которым может поделиться переживаниями, спросить совета» [6, с. 139], так добровольцы знакомятся сначала с детьми на территории того учреждения в котором проживают и если складываются дружеские отношения, то продолжают общение посещая кинотеатры, музеи, кафе и таким образом ребята из детских домов приобретают себе наставников, с которыми можно связаться после выпуска из сиротского учреждения, как при возникновении проблем, так и для простого общения [6, с. 139].

На локальном уровне воспитательную работу проводят волонтеры АНО Центр социальных услуг «Дом милосердия», которые ведут свою деятельность на территории Санкт-Петербургского центра содействия семейного воспитания № 15 [7]. В период пандемии связанной с угрозой распространения новой коронавирусной инфекции добровольцы осуществляли свою деятельность в дистанционном формате [7], так как учреждения социального характера были недоступны для посещения сторонними лицами. В настоящее время добровольцы «Дома Милосердия» свою работу возобновили в очном формате, при этом они проходят тренинги для эффективного построения своей работы с воспитанниками, занятия с детьми строятся через проведение социальных игр и совместное общение, когда дети могут обратиться со своим вопросом к добровольцу. К добровольческой деятельности на тер-

ритории центра содействия семейного воспитания подключаются выпускники центра разных лет [7], поскольку таким лицам проще найти общий язык с воспитанниками, то проводимая работа показывает интерес воспитанников к общению с выпускниками, так как ребята могут получить ответы на свои вопросы и подготовку к социализации со стороны тех, кто сам смог пройти период после выпуска из центра преодолев трудности с которыми сталкивается от 75 до 90% воспитанников сиротских учреждений [8].

На государственном уровне сложно выстроить работу с детьми-сиротами в силу ряда причин, но со стороны некоммерческих организаций и вовлечения в добровольческую деятельность добровольцев и выпускников сиротских учреждений на территории сиротских учреждений институт наставничества для сирот развит и поэтому добровольцы играют значительную роль в процессе воспитания и социализации воспитанников сиротских учреждений, так как эту работу они могут строить на индивидуальном, а не на системном уровне, что сложно сделать на системном уровне, но можно сделать на локальном уровне.

Библиографический список

1. **Настенкова А. И.** Проблема социализации воспитанников детского дома: миф или реальность / А. И. Настенкова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2013. — № 1 (48). — С. 321–323.
2. **Корчак Я.** Право ребенка на уважение; как любить ребенка; пер. с пол. Уляны Хомич. — Минск: Дискурс, 2019. — 448 с.
3. **Шляпин А. Ф.** Русская православная церковь как субъект социальной защиты детей-сирот // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2009. — № 2 (14). — С. 94–98.
4. Стань другом подростку из детского дома URL: <https://pravovybora.spb.ru/> (дата обращения 08.03.2022).
5. Важные вопросы о наставничестве URL: <https://harborspb.ru/mag/mentor-questions> (дата обращения 08.03.2022).
6. Дружба как это бывает. Старшие Братья и Старшие URL: — <https://www.nastavniki.org/> (дата обращения 08.03.2022).
7. **Некрасов П. Б.** Интернет как средство социализации детей-сирот // Социальное служение православной церкви: проблемы, практики, перспективы. — Санкт-Петербург: ЦПКиСО, 2021. — С. 35–39.

8. Некрасов П. Б. Социализация детей-сирот миф или реальность // Всероссийская научно-практическая конференция им. Жореса Алфёрова: сборник тезисов статей. — Санкт-Петербург: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2021. — С. 138–139.

Некрасов Павел Борисович — бакалавр, кафедра «воспитания и социализации», Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: pashka2006a@rambler.ru. Тел.: +79516579300.

УДК 7.067

Александра Евгеньевна Попова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ГБУК ЦВЗ «МАНЕЖ» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Аннотация. Статья посвящена вопросу позиционирования ГБУК ЦВЗ «Манеж» в городе Санкт-Петербурге. Целью статьи является разбор сформированной PR-деятельности культурного объекта. Основное внимание уделяется приоритетным направлениям продвижения в условиях высококонкурентной культурной среды в Санкт-Петербурге. В результате определено, что ГБУК ЦВЗ «Манеж» является многофункциональной площадкой с разнородными вариантами PR-продвижения, некоторые из которых требуют доработки.

Ключевые слова: культурный объект, искусство, PR-деятельность.

Aleksandra E. Popova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

POSITIONING GBUK CEN «MANEGE» IN ST. PETERSBURG

Abstract. The article is devoted to the issue of positioning GBUK Central Exhibition Hall «Manege» in the city of St. Petersburg. The purpose of the article is to analyze the formed PR activities of a cultural object. The main attention

is paid to the priority areas of promotion in a highly competitive cultural environment in St. Petersburg. As a result, it was determined that the Central Exhibition Hall «Manege» is a multifunctional platform with diverse options for PR promotion, some of which require further development.

Keywords: cultural object, art, PR activity.

Искусство является сопутствующей деятельностью человека с начала пути становления современного мироустройства. Характерным признаком развитого общества с высоким социальным статусом является факт существования в нём культурных точек притяжения. Одной из таких точек является ЦВЗ «Манеж», расположенный в Санкт-Петербурге. Понимание, переживание и потребление изображений как произведений искусства определилось в некоторых моментах истории, этому неизбежно сопутствовало формирование особой социокультурной области — «мира искусства» [1, с. 10].

Необходимо отметить, что Санкт-Петербург является культурной столицей России, что делает его высококонкурентной территорией для разнообразных культурных объектов, множество из которых несёт в себе историческую ценность. Таким образом в городе открыты для посещения 205 музеев, 14 креативных пространств и 86 культурно-досуговых учреждений. Таким образом среди них в Санкт-Петербурге можно выделить ряд культурных объектов в разной степени, востребованных у населения: АртМуза, Главный штаб, Эрмитаж, Эрарта, Myth Gallery, Севкабель порт, AnnaNova Gallery, Музей Стрит-Арта.

Главными конкурентноспособными организациями относительно выставочного зала «Манеж», исходя из специфики деятельности, территориального признака, целевой аудитории и ценовой политики являются: Эрарта и Севкабель порт.

Центральный выставочный зал «Манеж» — культурный объект, который представляет собой одну из самых масштабных площадок, презентующих экспозиции в Санкт-Петербурге. Данное пространство преимущественно осуществляет такую деятельность как проведение художественных выставок и косвенных мероприятий,

связанных с искусством: семинары, концерты, лекции, кинопоказы, концерты. Рассматриваемый культурный объект расположен на территории, включённой в список всемирного наследия ЮНЕСКО.

Выставочный зал территориально расположен в центральной части города на пересечении различных транспортных узлов, что позволяет оценить транспортную доступность как высокую. В непосредственной близости проходят туристические и экскурсионные маршруты, а также расположены такие исторические объекты как Исаакиевский собор и памятник Николаю I. Совокупность перечисленных факторов на прямую влияет на уровень посещаемости и финансовые показатели организации.

При рассмотрении особенностей рекламной сферы в культурных и досуговых учреждениях следует учитывать специфику продвижения продукта культуры и факторы, которые оказывают непосредственное влияние на качество и эффективность маркетинговых коммуникаций в социально-культурной и досуговой сфере [2].

Следует отметить, что ЦВЗ «Манеж» имеет филиал – Музей Искусства Санкт-Петербурга 20-21 веков (МИСП), который располагается на канале Грибоедова. Данный культурный объект был учреждён как филиал ЦВЗ «Манеж» в 2016 году. На данный момент в коллекции музея находится 3627 экспонатов, ведётся научно-исследовательская, просветительская и выставочная деятельность. Знаковым событием для филиала стало участие в фестивале «Интермузей» в 2017 году, где представил свою коллекцию в формате дополненной реальности.

Активную выставочную деятельность ЦВЗ «Манеж» начал реализовывать с 2016 года, после длительного периода реставрации и модернизации внутреннего оснащения, начавшегося в 2013 году. 25 июня 2016 года Манеж открылся для широкой аудитории, включающей в себя как население коренных жителей Санкт-Петербурга, так и туристический поток. Первой публичной выставкой стала FOCUSFEST – выставка-фестиваль оптических иллюзий в визуальном искусстве.

Центральный выставочный зал «Манеж» пользуется авторитетом и доверием в культурной среде и является востребованной площадкой для проведения как самостоятельных мероприятий, так и выставок, реализованных в сотрудничестве с международными партнерами в арт-индустрии. Таким образом, ЦВЗ «Манеж» имеет высокий общественный статус у общественности за счёт динамичной и разносторонней культурной деятельности. Исследуемое культурное учреждение имеет весомую историческую ценность за счет широкой хронологической ленты. Манеж был основан в 1804 году, однако начало выставочной деятельности было положено в 1977 году.

Рассмотрим определения «выставки». Выставки – это рыночные мероприятия с ограниченным временем проведения [3, с. 9]. Участие предприятия в выставке включает в себя все элементы комплекса международного маркетинга. Это инструмент товарной политики, коммуникации, распределения, ценообразования. Наиболее полный перечень функций ВЯМ размещен на сайте Российского Союза выставок и ярмарок (РСВЯ) [4].

Необходимо обозначить, что поименованных выставок Манеж осуществляет ряд других видов деятельности: торговля розничная сувенирами, изделиями народных художественных промыслов; издание книг, брошюр, рекламных буклетов и аналогичных изданий, включая издание словарей и энциклопедий, в том числе для слепых, в печатном виде и на электронных носителях; деятельность по охране исторических мест и зданий, памятников культуры.

ЦВЗ Манеж имеет широкий круг сотрудничества: культурные институции и представительства, партнёры, медиа-партнёры и спонсоры. К наиболее крупным представителям можно отнести Vouge, Министерство Культуры Российской Федерации, Газпром, МТС, ВкуссВилл.

Основной прерогативой ЦВЗ «Манеж» является выставочная деятельность, целью которой является удовлетворения общественности в сфере эстетического просвещения. Вышеупомянутый факт, позволяет сделать вывод о том, что посещение Манежа не является первоочередной потребностью и делает его подвержен-

ным внешним угрозам, которые могут напрямую ограничивать деятельность выставочного зала в условиях сложившегося кризиса.

Из собственных проектов организации необходимо выделить подростковую программу Манеж Junior. В проекте участвуют подростки 12-17 лет.

Цели проекта:

- предоставить участникам программы возможность познакомиться с миром искусства;
- объединить подростков, увлеченных современным искусством;
- познакомить их с технологиями и подходами, востребованными в современных музеях;
- предоставить консультацию в вопросах профориентации.

В рамках изучаемого проекта создана группа в социальной сети «ВКонтакте» под названием «Неорганизованная группа». Сообщество посвящено публикации записанных участниками подкастов. На момент написания работы выпущено 6 подкастов на разные тематики. Данная программа положительно сказывается на лояльности сразу на двух групп целевой аудитории Манежа — подростков и их родителей.

В 2020 и 2021 году Манеж так же выпустил серию подкастов на платформе Яндекс Музыка для взрослой аудитории. Средняя продолжительность одной записи составляет около 60 минут.

Таким образом можно сделать вывод о том, что ЦВЗ «Манеж» является многофункциональной площадкой с многообразием развитых каналов PR-продвижения в городе Санкт-Петербурге, однако PR-деятельность в отношении проводимых экспозиций требует детальных доработок. Происходит модернизация экспозиционно-выставочных площадок, где посетитель вовлекается в процесс общения при помощи электронных источников, источников на информационном носителе и интерактивных технологий. [5] Факт наличия эффективной PR-кампании обуславливается потенциальным наращиванием публичного капитала, а также повышением финансовых показателей культурного объекта.

Библиографический список

1. **Бернштейн Б.** Визуальный образ и мир искусства. Исторические очерки. Санкт-Петербург / Бернштейн Б.. — Санкт-Петербург : Петрополис, 2006. — 566 с.
2. **Ларина А. В.** Особенности рекламного продвижения культурного продукта в системе маркетинга социально-культурной сферы // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 4.
3. **Гусев Э. Б., Прокудин В. А., Салашенко А. Г.** Выставочная деятельность в России и за рубежом. — М.: Издательско-тоговая корпорация «Дашков и К», 2004. — 10 — 480 с.
4. **Фролов А. А., Бычков И. Г., Щербатский В. Б.** Управление выставочной деятельностью с использованием информационных технологий : монография ; под общ. ред. проф., д-ра экон. наук Е. Д. Фроловой. — Екатеринбург : УрФУ, 2014. — 100 с.
5. **Кибанова О. В.** Виды информационно-коммуникационных технологий в экспозиционно-выставочной деятельности / О. В. Кибанова // География и туризм. — 2018. — № 2. — С. 102–104.

Попова Александра Евгеньевна — бакалавр, кафедра «Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: povasa@inbox.ru.

УДК 31.316

Ольга Игоревна Трухина
Нижевартовский
государственный университет

КОЛУМБАЙН КАК СОЦИАЛЬНО-НЕГАТИВНОЕ ЯВЛЕНИЕ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Аннотация. Статья посвящена проблеме колумбайна, как социально-негативного явления в России и в мире в целом в связи с последними событиями массовых убийств в школах. Актуальность работы обусловлена возрастающей динамикой роста инцидентов в российских образователь-

ных учреждениях, связанных с убийством учеников, учителей и других работников образовательной организации.

Ключевые слова: колумбайн, скулшутинг, молодёжная среда, массовое убийство.

Olga I. Trukhina
Nizhnevartovsk State University

COLUBINE AS A NEGATIVE SOCIAL PHENOMENON AMONG YOUNG PEOPLE

Abstract. The article is devoted to the problem of columbine as a socially negative phenomenon in Russia and in the world as a whole in connection with the recent events of mass killings in schools. The relevance of the work is due to the increasing dynamics of the growth of incidents in Russian educational institutions related to the murder of students, teachers and other employees of an educational organization.

Keywords: columbine, schoolshooting, youth environment, mass murder.

Феномен колумбайна приобрёл своё современное значение из-за инцидента в 1999 году в одноимённой старшей школе в США, в результате которого двумя учениками данной школы было убито с применением огнестрельного оружия и взрывных устройств 13 человек и ещё 23 ранено. Однако подобные явления имели место быть и до данного инцидента, в том числе в 1927 году в школе Бат США, в канадской школе Сентенниэл в 1975 году, политехнический колледж Монреаля в 1989 году и в семи случаях до инцидента в Колумбайне в 1999 году.

Однако именно последний из названных массовых убийств в школе их же учениками получил особую огласку в связи с глобализацией и обмена культурных опытом, в том числе в связи с развитием средств и источников передачи информации.

Исследователи из научных областей психологии, социологии и криминалистики отмечают, что в наибольшей мере подвержены влиянию данной субкультуры лица в возрасте от 14 до 22 лет и на это влияет целый комплекс социокультурных и психологических особенностей представителей молодёжной среды.

Так, согласно научной литературе, психика человека формируется лишь к 18–20 годам, в то время как подростки и юноши до этого временного промежутка являются наиболее легко вовлекаемыми в преступные и асоциальные субкультуры, поскольку несформированная личность с отсутствующей собственной системой ценностей, норм и личностной культуры как таковой перенимает в большей мере информацию негативного характера, которая причиняет вред психическому здоровью и развитию. При этом нужно понимать, что представители молодёжной среды с их юношеским максимализмом и гиперболизацией проблем не могут объективно и реально оценивать протекающие социально-экономические, культурные и политические явления, процессы и события, протекающие в его среде, в связи с чем кризисы и иные негативные события могут отразиться на подобного рода радикальных методах решения проблемы, в частности выразиться в массовых убийствах в школах, колледжах, ВУЗах и иных учебных заведениях.

Единого детерминанта совершения колумбайна нет, а потому на принятие подобного решения влияет целая совокупность факторов, в частности: психологическое состояние преступника, в том числе психические травмы; социальное положение (проблемная семья в которой живёт молодое лицо или проблемы взаимоотношения с членами семьи); экономическое положение (бедная семья, тяжёлое финансовое положение юноши); проблемы социального взаимоотношения (ссоры с одноклассниками, учителями и даже буллинг) [1].

Как показывает практика, буллинг является основной причиной совершения акта колумбайна, поскольку травля в физической и психической форме способна вызвать психические расстройства и отклонения, которые затем перетекают в заболевания по типу депрессии, хронического беспокойства и постоянных страхов. На основе мотива мести молодые лица и совершают акты колумбайна в отношении тех лиц, которые выступали инициаторами травли [2].

В России же колумбайн как социально-негативное явление появилось в 2014 году после нападения учеником московской школы

на учителя и захвата в заложники одноклассников нападавшего [3]. После 2014 года скулшутинг повторился в 2017 году в Ивантеевской школе, используя в качестве оружия взрывное устройства и после этого года уже в 2018 году совершается два акта массового убийства в школе за одну неделю в Перми и Улан-Удэ. Резонансный инцидент в Керчи также был в 2018 году, при этом нападавший напрямую ассоциировал себя с нападавшими на школу в Колумбайне, о чём заявил в социальных сетях незадолго до нападения [4].

В 2019 году скулшутинг произошёл в Амурском колледже и в 2021 году было совершено два таких акта в Казани и Перми. Всего за период 2014–2021 в России было зафиксировано около 30 актов колумбайна, при этом практически ни один из годов за данный период не обошёлся без нападений на учебные заведения их учащимися [5, с. 38–42].

Согласно заключений сотрудников правоохранительных органов, психологов, а также исходя из заключений, самих выживших нападавших, основная причина нападений – месть за травлю. Так, инцидент в Керчи 2018 года был мотивирован упреками в отношении студента со стороны преподавательского состава и куратора в невозможности оплатить сборы на ремонт школы, что подкреплялось насмешками со стороны однокурсников и тяжёлым финансовым состоянием семьи нападавшего. Стрелок из Казани Ильназ Галявиев также отмечает, что основной мотив нападения – длительная травля со стороны его сверстников, а также «ненависть к существующей власти и миру».

Со стороны власти в отношении актуальной проблемы колумбайна эпизодически при очередном акте скулшутинга появляются заявления о необходимости урегулировать данную проблему, в частности путём законодательного ужесточения оборота оружия в России, инициативы обязать владельцев травматического и огнестрельного оружия ежегодно проходить медицинский осмотр (вместо 5 лет). Предлагалось в частности ввести возрастной ценз на продажу пневматического оружия с дульной энергией до 0,5 джоулей, а также ввести лицензию на продажу пневматического оружия с дульной энергией до 7 джоулей.

Был в частности разработан законопроект, который вносил изменения в Федеральный закон «Об оружии», предусматривающий запрет на продажу пневматического оружия лицам, не достигшим совершеннолетия, однако законопроект был отозван [6, с. 93–108]. О том, что власть ничего не предпринимает для решения проблемы подтверждает и член Общественной палаты РФ с 2020 года, глава Лиги безопасного интернета, а потому было предложено признать субкультуру Колумбайн в качестве террористического движения, что позволило бы на правовых основаниях блокировать Интернет-ресурсы (группы в социальных сетях, каналы в мессенджерах), в которых содержится информация о скулшутингах [7]. Однако необходимо понимать, что в действительности причины колумбайна кроются в иных, более глобальных проблемах государства и общества Российской Федерации, а потому блокировка группы в социальной сети объективно не может решить проблему массовых убийств в учебных заведениях [3, с. 608].

Для решения проблемы государственной властью был выбран путь административных проверок образовательных организаций и частных охранных организаций на соответствие норм и правил охраны, что выразилось в множествах правонарушений в области охраны со стороны руководства школ, колледжей и ВУЗов [9, с. 34–39].

В заключении необходимо сказать, что административные проверки и ужесточение мер охраны имеет место быть и необходимо в условиях участвовавших эпизодах колумбайна в России, однако для решения проблемы требуется законодательное ужесточение административного отпуска, получения, хранения и контроля оружия и его владельцев. Помимо этого, основной причиной колумбайна в России остаётся проблема травли в отношении учащихся образовательных организаций, а потому необходимо усилить профилактическую работу со стороны педагогов и психологов для раннего выявления, и подавления проблем буллинга и тяжёлого психоэмоционального состояния учеников и студентов.

Библиографический список

1. **Каллен Дейв.** Колумбайн. – М.: Эксмо, 2019. – 608 с.
2. **Чунин А. С.** Феномен скулшутинга в современной России. Правовой аспект // Обзор. НЦПТИ. 2020. – № 3(22). – С. 48–52.
3. **Пучнин А. В.** Идеология «колумбайн» как экстремистская и террористическая угроза национальной безопасности Российской Федерации. – 2021. – С. 38–42.
4. **Карпова А. Ю.** Скулшутинг в России: что имеет значение? // Журнал «Власть». 2021. – С. 93–108.
5. CNN подсчитал частоту стрельбы в школах. Интерфакс. [Электронный ресурс] Доступ URL : <https://www.interfax.ru/world/613687> (дата обращения 21.12.2021).
6. Законопроект № 291558-7 О внесении изменений в Федеральный закон от 13.12.1996г. № 150-ФЗ «Об оружии».
7. Екатерина Мизулина: Стрельба в Перми – результат того, что не было сделано ничего после трагедии в Казани. KAZANFIRST. [Электронный ресурс]. Доступ URL: <https://kazanfirst.ru/news/559801> (дата обращения 22.12.2021).
8. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ (ред. от 01.07.2021) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»
9. **Иванченко Р. Б., Польшиков А. В.** Состояние, факторы, предупреждение школьного насилия: экспертный взгляд // Вестник Воронежского института МВД России. – 2015. № 4. – С. 34–39.

Трухина Ольга Игоревна – студентка, кафедра «Массовых коммуникаций и туризма», направление «Организация работы с молодежью», Нижневартковский государственный университет, Нижневартовск, Россия. E-mail: madam.lafleur@yandex.ru.

Научный руководитель: **Целишева Зухра Абдурашидовна** – кандидат культурологии, доцент кафедры «Массовых коммуникаций и туризма», Нижневартковский государственный университет, Нижневартовск, Россия. E-mail: teacherzuhra@mail.ru.

УДК 659.442

*Максим Владимирович Смирнов,
Анастасия Дмитриевна Савина*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ДОСТИЖЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО СОГЛАСИЯ

Аннотация. Статья посвящена исследованию возможностей интеграции корпоративной социальной ответственности в социальные процессы и использование её ресурсов для достижения социального согласия. В XXI веке невозможно отрицать масштабность и многоаспектность влияния бизнеса на развитие общества: он формирует культуру потребления, модели потребительского поведения и современные пост-материалистические ценности. Всё это в совокупности с растущей эффективностью внедрения стратегий корпоративной социальной ответственности для развития потребительского, HR- и GR-бренда открывает для государства и общественных организаций возможность использовать ресурсы социально ответственного бизнеса для формирования общества социальной справедливости, терпимости и толерантности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, PR, общественное согласие, HR-бренд, GR.

*Maksim V. Smirnov,
Anastasiia D. Savina*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A TOOL FOR ACHIEVING SOCIAL HARMONY

Abstract. The article is devoted to the study of possibilities of corporate social responsibility integration into social processes and the use of its resources to achieve social harmony. In the 21st century it is impossible to deny the

scale and multifaceted influence of business on the development of society: it shapes consumer culture, consumer behavior patterns and modern post-materialist values. All this, together with the growing effectiveness of corporate social responsibility strategies for the development of consumer, HR- and GR-branding opens up opportunities for government and public organizations to use the resources of socially responsible business to form a society of social justice, tolerance and toleration.

Keywords: corporate social responsibility, PR, social harmony, HR-brand, GR.

В XXI веке влияние бизнес-сообщества на общественные процессы и возможности решения целого комплекса социальных, экологических и экономических проблем становится всё более масштабным. Исследования [1; 2] подтверждают, что ведущие зарубежные, а сегодня и российские компании, в рамках своей внутренней политики эффективно соблюдают гендерный баланс, организуют инклюзивные рабочие места, формируют уважительное отношение к культурным и религиозным традициям работников. В рамках своей внешней политики компании способны адаптировать рекламную продукцию применительно к различным регионам продаж, снижая унифицирующее давление глобализации на местные культуры, оказывать поддержку общественным организациям и иными способами транслировать ценности, образы мышления и модели поведения, способствующие формированию справедливой, терпимой и толерантной среды в обществе.

Проблемой исследования авторы видят необходимость формирования коммуникационных моделей между обществом, государством и социально ответственным бизнесом в вопросах достижения общественного согласия.

В основу методологии исследования легли сравнительно-исторический и сравнительно-сопоставительный анализ, а также методы моделирования и прогнозирования.

Гипотезой исследования мы видим утверждение о том, что корпоративная социальная ответственность (КСО), находясь на стыке экономической и социальной сфер общественной жизни, в условиях взаимодействия с общественными организациями и органа-

ми государственной власти, имеет высокий потенциал для формирования общественного согласия.

Как отмечают А. И. Новиков и М. К. Виткина [3], в то время как экономическая политика направлена на регулирование производства благ, социальная политика направлена на создание справедливых условий для их распределения и потребления. Снижая уровень социально-экономической дифференциации, поддерживая уязвимые слои населения и способствуя развитию принципов толерантности и терпимости, социальный бизнес становится эффективным связующим звеном, формируя инклюзивную экономику.

Важно отметить, что вопросы достижения общественного согласия в такой многонациональной и многоконфессиональной стране как Российская Федерация носили актуальный характер ещё задолго до появления процессов глобализации, а сегодня обретают ещё большее значение в условиях обострения международных и межконфессиональных конфликтов [4].

Так, на примере исследования Института экономики РАН на 2019 год, в России существуют сложности в вопросах гендерного равенства на рынке труда [5]. Исследование показывает, что средний гендерный разрыв в заработной плате составляет 27%, однако, данный показатель ниже в крупных городах. В частности, в Москве средний разрыв составляет 11%. Стоит отметить, что за 2015 год в Федеральную службу по труду и занятости было направлено более 120 тысяч жалоб в связи с нарушением трудовых прав женщин, что составило около трети обращений за выделенный период [6].

Что касается возможностей для самореализации и трудоустройства людей с ОВЗ, то по данным, представленным Федеральной службой гос. статистики на 1 января 2021 года в Российской Федерации числится 11,6 млн. человек с инвалидностью, из которых трудоустроены лишь 1,5 млн. человек. Уровень безработицы здесь составляет 17,9%, превышая средний уровень по населению примерно в 3.1 раза. В то время как, согласно исследованиям [2], существуют предрассудки и сложности в социальной адаптации инвалидов, а многие работодатели считают трудоустройство таких людей чреватым «рисками и лишними сложностями», компания

**Матрица взаимодействия общества
и государства с социально ответственным бизнесом**

Матрица взаимодействия общества и государства с социально ответственным бизнесом	Социально ответственный бизнес
Органы государственной власти	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание, популяризация и развитие программ, систем льгот и законопроектов, направленных на поддержку социально ответственного бизнеса. 2. Разработка и внедрение стратегий социальной ответственности на государственных предприятиях. 3. Проведение социологических и экономических исследований для выявления проблем общества, которые может решать социально ответственный бизнес, и инструментов, способных повысить капитализацию социально ответственных компаний. 4. Законодательное регулирование прав и возможностей для трудоустройства, работы и карьерного роста вне зависимости от пола, вероисповедания, национальности и т. д.
Общественные организации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стимулирование лояльности социально ответственному бизнесу, его публичная поддержка. 2. Широкая методическая и организационная поддержка социально ответственных компаний. 3. Формирование и формулирование (в формате проектов, идей, акций) спроса на участие социально ответственного бизнеса в достижении общественного согласия.

McKinsey в своём исследовании [1] демонстрирует, что компании, внедрившие принципы инклюзивности и разнообразия в корпоративную культуру, работают до 36% эффективнее, и разрыв в эффективности с каждым годом стабильно растёт, доказывая наличие стратегических выгод социальной ответственности бизнеса.

Важно также отметить тенденцию на формирование сообществ различных социальных групп. Это происходит как на уровне общественных инициатив, так и законодательства. По официальным каналам и в рамках социальных сетей национальных, религиозных, культурных и других меньшинств активно преследуют свои интересы. Например, местные сообщества отстаивают культурную идентичность своих населённых пунктов. Так, авторы проводили исследование проблем доверия к бренду Санкт-Петербурга и обнаружили, что их главной причиной стали односторонний порядок брендинговой кампании и изолированность созданного бренда от мнений носителей городской идентичности Санкт-Петербурга [7].

В целом, вопросы общественного согласия в России и Санкт-Петербурге регулируются рядом международных, федеральных и региональных документов, таких как Декларация принципов терпимости [8], Приказ ФАДМ от 29 марта 2018 года № 91, утверждающий набор методических рекомендаций по противодействию распространению террористических и экстремистских идеологий в молодёжной среде в субъектах РФ [9] и Государственная программа Санкт-Петербурга, разработанная в 2014 году Правительством города, «Создание условий для обеспечения общественного согласия в Санкт-Петербурге» [10]. Взаимодействие с бизнес-сообществами по вопросам формирования толерантной, доступной и справедливой среды в России и Санкт-Петербурге может эффективно дополнить государственные программы в данном направлении.

В заключение нашего исследования приведём ряд рекомендаций для общественных организаций и органов государственной власти для работы с социально ответственным бизнесом в различных сферах его влияния для достижения целей укрепления общественного согласия в России (таблица 1).

Таким образом, корпоративная социальная ответственность выступает конвергентным инструментом формирования общественного согласия, действующим на стыке социальной и экономической сфер общественной жизни, эффективность которого существенно повышается во взаимодействии с некоммерческими организациями, представителями гражданского общества и органами государственной власти. Социально ответственный бизнес, в свою очередь, можно рассматривать как важнейший драйвер общественного развития, влияющий на ценности, модели потребления и образы жизни потребителей. Помогая бизнесу становиться лучше, мы помогаем и обществу.

Библиографический список

1. Многообразие побеждает: как важна инклюзия // McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/diversity-wins-how-inclusion-matters> (дата обращения: 24.03.2022).
2. Соловьева Ю. Н., Бустаманте С. Влияние корпоративной социальной ответственности на восприятие бренда работодателя // Маркетинг и маркетинговые исследования. Портал издательского дома «Гребенников». 2018. № 1. С. 42–52.
3. Новиков А. И., Виткина М. К. Инклюзивная экономика и социальная ответственность в регионах мира: дилемма или общественное согласие // Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова. 2018. № 2 (54).
4. Бутова Ю. Национальные традиции в толерантной культуре Санкт-Петербурга // Артосфера: перспективы развития и инновации. 2017. С. 253–256.
5. Эксперты определили разницу в зарплатах мужчин и женщин в России // RBC. URL: <https://www.rbc.ru/society/29/03/2019/5c9dffb9a7947ad0de4c64f> (дата обращения: 22.03.2022).
6. Невежина М. В. Гендерная дискриминация в сфере труда: опыт борьбы на международном уровне // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2018. С.187–193.
7. Смирнов М. В., Попов Д. Г. Проблема формирования доверия к построению бренда Санкт-Петербурга // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием. 2019. № 2. – с. 64–57.

8. Декларация принципов терпимости // Организация Объединённых Наций. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/toleranc.shtml (дата обращения: 23.03.2022).

9. Приказ Росмолодежи от 29.03.2018 №91 «Об утверждении Методических рекомендаций по противодействию распространению идеологии экстремизма и терроризма в молодёжной среде в субъектах Российской Федерации» // Консультант Плюс. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=650361#019002511440192582> (дата обращения: 25.03.2022).

10. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 04.06.2014 №452 (ред. от 27.01.2021) «О государственной программе Санкт-Петербурга «Создание условий для обеспечения общественного согласия в Санкт-Петербурге» // Консультант Плюс. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SPB&n=237367> (дата обращения: 25.03.2022).

Смирнов Максим Владимирович – студент бакалавриата 4 курса, ВШМиСО ГИ СПбПУ, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: makssmirnoffff@mail.ru. Тел.: +7 (996) 794-58-59.

Савина Анастасия Дмитриевна – студент бакалавриата 4 курса, ВШИППиПЛ ГИ СПбПУ, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: anastasiya.savina.2000@list.ru. Тел.: +7 (911) 826-8668.

УДК 316.772

Фарида Мансуровна Шайхулова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПРОДВИЖЕНИЕ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ ПОСРЕДСТВОМ СОБЫТИЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена теме продвижения молодежных пространств, основной деятельностью которых является предоставление услуг развлекательного, образовательного, социокультурного и просветительского характера. В настоящей статье уделено внимание проблемам

тике продвижения услуг культурно-досуговых учреждений, основанной на событийном маркетинге.

Ключевые слова: событийные коммуникации, индустрия досуга, досугово – культурные учреждения, специальные события, event-маркетинг, стратегия продвижения.

Farida M. Shaijulova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

PROMOTION OF CULTURAL AND LEISURE INSTITUTIONS IN THE YOUTH ENVIRONMENT THROUGH EVENT COMMUNICATION

Abstract. The article is devoted to the promotion of youth spaces, which main activity is the provision of entertainment, educational, socio-cultural and educational services. This article focuses on the issues of promoting the services of cultural and leisure institutions based on event marketing.

Keywords: event communications, leisure industry, leisure and cultural institutions, special events, event marketing, promotion strategy.

В современном обществе молодежь уделяет особое внимание организации своего досуга. Именно этим обусловлено оперативное реагирование рынка по предоставлению услуг развлекательного, просветительского и рекреационного характера. Все чаще появляются новые, креативные и неформальные площадки, основной деятельностью которых является организация досуга молодежи. В настоящее время культурно-досуговые учреждения проходят через новый этап, быстро подстраиваются и меняются в зависимости от желаний потребителя. Идет постоянный поиск новых способов удовлетворения меняющихся духовных потребностей населения [1]. Культурные пространства предоставляют услуги всем вне зависимости от пола, возраста, национальности, образования, религии, социального положения и политических убеждений.

Учреждение культурно-досугового типа – организация, основной деятельностью которой является предоставление услуг

просветительского, культурного, досугового, развлекательного и социокультурного характера. Это площадки для развития и реализации творческого потенциала современной молодежи. Цель у подобных пространств схожа – создание оптимальных условий и комфортной атмосферы для организации полезного и приятного времяпрепровождения.

На сегодняшний день на данном рынке довольно высокая конкуренция, по этой причине культурно-досуговые учреждения уделяют особое внимание рекламной деятельности и вопросам продвижения своих услуг. Именно от этого зависит осведомленность целевой аудитории о деятельности компании.

Для того, чтобы донести до получателя информацию в целостности и сохранности, не разбивая ее на части и не зашифровывая ее в символы и знаки, организации все чаще прибегают к событийной коммуникации. Такой способ взаимодействия с аудиторией позволяет передать не только смысловую и информационную часть, но и эмоциональную составляющую. Заинтересованность и вовлеченность аудитории в специальные события обусловлены эмоциональной причастностью в событийную коммуникацию. Принадлежность к узкой событийной группе людей придает ощущение элитарности. Мероприятие такого типа широко используются для повышения лояльности потребителя к культурным организациям.

В настоящее время коммерческая и творческая деятельность довольно часто переплетаются. Это тенденция является потенциально выгодной для установления связей с молодежью в сфере досуга и культуры. Это является необходимостью не только для того, чтобы выделяться среди конкурентов, но и для того, чтобы приобщать к культуре и прививать правильные моральные и духовные ценности подрастающему поколению. За последнее время спрос на предоставление культурно – досуговых услуг заметно вырос. Согласно статистике Администрации Санкт-Петербурга, в период с 2009 по 2021 год количество проводимых выставок и театральных постановок растет (Таблица 1). Стоит отметить, что в период с 2020 по 2021 год наблюдается спад активности из-за эпидемиологической ситуации в стране.

Таблица 1

**Статистика событий культурной жизни Санкт-Петербурга
за 2009–2021 гг. [6]**

Мероприятия	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Выставки	890	956	962	1001	1332	1780	2224	2257	2326	2080	2155		
- современного искусства	610	649	652	677	828	1091	1369	1560	1474	1351	1415	1636	1438
-из фондов музеев	280	307	310	324	504	689	855	697	852	729	740		
Театральные премьеры	127	121	123	130	163	162	153	197	197	153	128	122	190
Фестивали	272	282	296	316	488	611	672	751	771	873	929	551	632

Закономерно вместе с количеством проводимых специальных событий увеличилось и разнообразие предлагаемых альтернативных вариантов интерактивных мероприятий для досуговой индустрии. Так, например, в театрах и музеях начали проводить «закулисные» экскурсии как в онлайн, так и в оффлайн формате, в парках и скверах организуют тематические встречи и фестивали, а в библиотеках стали появляться «библионочи» и буккроссинги. Важно отметить, что подобные «special events» создаются с учетом особенностей молодой целевой аудитории. Такие коммуникации привлекают молодое поколение, так как используются такие каналы связи, в которых в большинстве своем эта самая молодежь обитает. Подобные специальные события конвертировались в эффективный способ продвижения товаров и услуг, предоставляемых организациями. Креативные задумки сценариев мероприятий вызывают эмоции и желание ими поделиться с другими. Это способствует появлению некоего вирусного эффекта. Информация о бренде и о мероприятии передается по личным каналам и связям. А эффект доверия к подобным сообщениям намного выше, чем если бы та же информация транслировалась самим брендом.

Что же такое event-маркетинг? После анализа специальной литературы можно сделать вывод, что на данный момент нет общего и единого определения данного понятия.

Ф. Котлер представляет event-маркетинг как одно из средств формирования имиджа организации «успех которого измеряется

интенсивностью его освещения в средствах массовой информации» [2].

А. А. Манихин определяет event-маркетинг как сферу по организации специальных мероприятий [3].

О.А. Скуматова дает следующее определение event-маркетингу: «вид интегрированных маркетинговых коммуникаций, представляющий собой комплекс мероприятий, направленных на продвижение бренда во внутренней и/или внешней маркетинговой среде посредством организации специальных событий» [4].

Суммируя вышесказанное можно сделать вывод, что event-маркетинг – один из видов маркетинговой коммуникации, целью которого является создание имиджа и продвижение бренда посредством организации специальных мероприятий.

Согласно Д. Румянцеву и Н. Франкель, существует ряд этапов, необходимых для осуществления событийного маркетинга: подготовка, продвижение и проведение [5]. В культурной сфере маркетинг отличается вариативностью используемых маркетинговых инструментов. Это позволяет культурно-досуговым организациям решать экономические и социальные задачи, напрямую взаимодействовать с аудиторией, повышать уровень лояльности и напрямую вовлекать целевую аудиторию в деятельность организации. Событийные коммуникации также помогают привлечь к себе потенциальных партнеров и найти новые источники дохода. Иначе говоря, событийные коммуникации дают возможность реализовать досуговым центрам свой творческий потенциал и найти новые креативные пути привлечения посетителей и продвижения культурного продукта среди потребителей, не редки случаи, когда с помощью продвижения посредством событийной коммуникации удается освоить и занять новую нишу на рынке.

Делая выводы, отметим, что событийные коммуникации получили довольно широкое распространение в деятельности культурно-досуговых учреждений. Молодое поколение хочет быть не просто зрителями того или иного события, они стремятся стать его частью и принимать непосредственное участие в празднике. Применение подобного типа коммуникаций дает возможность быстро

адаптироваться к изменчивым рыночным условиям. Организация и проведение специальных мероприятий дает возможность досуговым учреждениям не только получить прибыль, но и заниматься просветительской и другой социально значимой деятельностью. Культурно-досуговые учреждения инициируют интерес со стороны целевой аудитории, а именно молодежи, а целевая аудитория в свою очередь ищет и порождает спрос на мероприятия и организации культурно досугового типа.

Библиографический список

1. **Лавлок К.** Маркетинг услуг: персонал, технология. М.: Вильямс, 2005. 997 с.
2. **Котлер Ф., Шефф Дж.** Все билеты проданы: стратегии маркетинга исполнительских искусств / [пер. с англ. Л. Акопян, Е. Дубинец, С. Грохотов]. — М.: Классика-XXI, 2004. — 687 с.
3. **Манихин А. А.** Место event-маркетинга в комплексе маркетинговых коммуникаций // Креативная экономика. 2010. — № 4 (40). — С. 135–142.
4. **Скуматова О. А.** Событийный маркетинг в Республике Беларусь // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы: сборник научных трудов / [под общ. ред. И. Л. Акулича]; Белорусский гос. экон. ун-т [и др.]. — Минск: А. Н. Вараксин, 2015. — С. 376–378.
5. **Франкель Н., Румянцев Д.** Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. — СПб.: Питер, 2017.

Электронные источники

6. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_culture/culture_statistics/.

Шайхулова Фарида Мансуровна — бакалавр, кафедра «Реклама и связи с общественностью», Санкт-Петербургский политехнический университет имени Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: f.shaihulova.2000@mail.ru.

СЕКЦИЯ «ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ И ПРЕПОДАВАНИИ»

УДК 316.772.5

*Олеся Александровна Баранова,
Юлия Олеговна Обухова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПОРТФОЛИО, КАК ИНСТРУМЕНТ ГЕЙМИФИКАЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Аннотация. Переход от традиционных к цифровым форматам положительно повлиял на рынок онлайн-образования. Благодаря новому инновационному подходу университеты предлагают новые возможности к предоставлению образования и навыков. Для коммуникации со студентами творческих направлений преподаватели планируют и формируют образовательную программу, которая теперь существует не только в офлайн, но и в онлайн формате. Она позволит учащимся выразить собственный потенциал. Используя портфолио, студент не только отражает инклюзивное академическое развитие личности, но и демонстрирует творческое, инновационное и концептуальное развитие. На примере ВШМиСО СПбПУ проводится исследование точек коммуникации между Высшей школой и студентом, которое доказывает, что портфолио отражает тяжелую работу студента и позволяет ему создать замечательную коллекцию достижений.

Ключевые слова: портфолио, геймификация, коммуникация, цифровизация.

*Olessya A. Baranova,
Yuliya O. Obuhova*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

PORTFOLIO AS A GAMIFICATION LEARNING TOOL IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Abstract. The transition from traditional to digital formats has had a positive impact on the online education market. Thanks to a new innovative approach, universities offer new opportunities to provide education and skills. To communicate with students of creative directions, teachers plan and form an educational program, which now exists not only offline, but also in an online format. It will allow students to express their own potential. Using the portfolio, the student not only reflects the inclusive academic development of the individual, but also demonstrates creative, innovative and conceptual development. Using the example of the HSE SPbPU, a study of the points of communication between the Higher School and the student is conducted, which proves that the portfolio reflects the hard work of the student and allows him to create a wonderful collection of achievements.

Keywords: portfolio, gamification, communication, digitalization.

Переход образования от традиционных к интерактивным и цифровым форматам положительно повлиял на рынок онлайн-образования благодаря новому творческому подходу к предоставлению образования и навыков. Learning management system начала свою историю в 2012 году, пик вовлеченности обучающихся в LMS-системы произошел в 2020 году при наступлении COVID-19. Модернизация онлайн обучения позволила стать LMS-системам важной частью современного обучения. Облачная технология LMS набирает обороты в университетах благодаря своим экономически эффективным и гибким методам обучения студентов. LMS – это платформа, открытая для отдельных лиц и профессионалов, чтобы учиться и демонстрировать свои навыки. Она обеспечивает платформу для студентов и преподавателей, чтобы учиться и подчеркивать свои навыки, где и когда они хотят в со-

ответствии с их удобством. Интеграция облачных технологий в LMS позволяет студентам получать доступ к информации в любое время и в любом месте. Технология LMS на основе облачных вычислений позволяет университетам создавать виртуальную среду как для преподавателей, так и для учащихся. Технология также предлагает университетам повышенную безопасность данных с автоматическими обновлениями и возможность быстрого доступа и улучшенного шифрования для онлайн-транзакций [1].

При разработке учебного опыта у студентов творческих направлений преподаватели могут планировать и формировать образовательную программу и предоставлять как офлайн, так и онлайн инструменты, которые дают студентам возможность выбора, голоса для того, чтобы они могли выразить собственный потенциал: списки лидеров, геймификационные истории, портфолио. В данных инструментах необходимо ценить креативность и вознаграждать её. Воображение и креативность – это те черты, которые позволяют чувствовать будущее. Но если говорить о будущем, то что для студента прошлое, что настоящее и что будущее? Прошлое – его опыт, настоящее – практика полученного опыта в проектах университета, будущее – апробация профессиональных навыков. Каждый второй студент в будущем сталкивается с проблемой трудоустройства – работодателю слов бывает недостаточно и тогда дело вступают факты. В случае студента им становится его портфолио. Но за все годы обучения каждый из студентов участвует в более 50 проектов и собрать всё воедино за несколько дней становится нерешаемой проблемой. Без портфолио студент становится беспомощным во взрослом мире «трудоустройства» [2]. В данной ситуации университету рекомендуется выступить в роли заботливого альма-матер, который внесет свой вклад в успешное будущее трудоустройство своих выпускников – внедрит геймификационный метод – ведение портфолио. Благодаря цифровизации осуществить данную идею становится намного проще.

В портфолио представлены образцы работ, которые могут включать визуальный и аудиальный контент. Портфолио становится приоритетом для выпускников, начинающих творческую ка-

Точки коммуникации между ВШМиСО и студентом

Вид ИС	Описание ИС	Возможность ведения портфолио	Варианты портфолио
Социальные сети [3]	Новостная информация	нет	
Личный кабинет СПбПУ [4]	Официальные и отчетные документы	есть	Дополнение существующих критериев (рис.1)
Личный кабинет на dl.hum [5]	Учебные материалы	есть	Объединение всех отправленных заданий в одном разделе «Портфолио»

Источник: составлено автором

По результатам исследования, мы можем выдвинуть предположение, что университет создает для студентов возможность сохранения собственных работ, но в одном случае – только текстовых материалов отчетов, а в другом разъединенность медиа для портфолио.



Рис. 1. Критерии для добавления достижений в портфолио личного кабинета СПбПУ

рьеру. Цифровые портфолио находятся на подъеме благодаря достижениям в области технологий. Эти портфолио дают студентам и выпускникам возможность продемонстрировать и подчеркнуть конкретные качества, которые они приобрели благодаря высшему образованию и за его пределами, в одном месте. Электронные портфолио дают работодателям возможность ознакомиться с навыками, опытом и творческими способностями потенциального кандидата на работу.

Портфолио может быть важным инструментом для карьеры – независимо от того, ищет ли студент в настоящее время работу или нет. Это отличный способ продемонстрировать компетенции, которые можно перечислить в резюме или рассказать на собеседовании – они позволяют показывать, а не просто рассказывать. Во время поиска работы портфолио демонстрирует всю проделанную работу студента потенциальным работодателям, оно представляет доказательства соответствующих навыков и способностей.

Как внедрить данный инструмент мы покажем на примере Высшей школы медиакоммуникаций Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. Более 500 студентов творческих направлений в течении своей учебной жизни накапливают опыт создания, участия и организации множества проектов, исследований и кампаний. Необходимо предоставить площадку для сохранения текстовой (отчетов) и визуальной (презентации).

Мы провели исследование интернет-сайтов (ИС) – «нетрадиционных» социологических документов, другими словами, системы различных документов, объединенных в едином электронно-цифровом информационном ресурсе. Был составлен план анализа ИС: 1) оптимизации страниц сайта; 2) посещаемости, как ключевого поведенческого фактора; 3) пользовательского опыта.

Проанализировав точки коммуникации между ВШМиСО и студентом, а именно социальные сети, личный кабинет СПбПУ, личный кабинет на dl.hum. Мы пришли к выводам, что возможность для сохранения и накопления своих достижений у студентов есть, необходимо наладить структурированность и юзабилити (табл. 1).

Мы провели опрос среди студентов магистрантов 2 курса ВШМиСО на тему необходимости портфолио для создания карьеры. Опрос является ведущим методом в изучении сознания человека – его установок, мотивов, интересов, ориентаций, ожиданий. В периоде с 7 по 13 февраля была проведена сессия мини-интервью, в которых приняли участие 17 магистрантов 2 курса ВШМиСО. По результатам 83% высказались положительно относительно ведения портфолио на университетской платформе; из них 23% опрошенных уже ведут портфолио, но самостоятельно; 77% выбрали бы для ведения портфолио по всем учебным дисциплинам dl.hum, 13% отдают предпочтение платформе Telegram, ссылаясь на удобство и доступность использования на разных устройствах.

Портфолио ученика отражает инклюзивное академическое развитие личности в конкретный период. Портфолио студента является систематическим, достоверным и надежным свидетельством его всестороннего роста в академической сессии. Портфолио показывает художественный, творческий, инновационный, рациональный, всесторонний и концептуальный рост учащихся. Портфолио студента представляет его систематические усилия по достижению отличных баллов. Портфолио отражает тяжелую работу усилий студента – студент может почувствовать суть своей тяжелой работы по созданию такой замечательной коллекции. Он может быть активным участником подготовки собственного профиля. Это действительно предмет гордости.

Библиографический список

1. LMS [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/education/218817-bolshoy-obzor-lms-sistem-vidy-postavshchiki-i-realnyy-keys-vnedreniya>. – (дата обращения: 13.02.2022).
2. Работа найдется для каждого [Электронный ресурс]. – URL: <https://hh.ru/>. – (дата обращения: 15.02.2022).
3. ВШМиСО [Электронный ресурс]. – URL: https://vk.com/rso_polytech. – (дата обращения: 16.02.2022).
4. СПбПУ [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/education/218817-bolshoy-obzor-lms-sistem-vidy-postavshchiki-i-realnyy-keys-vnedreniya>. – (дата обращения: 23.02.2022).

5. Гуманитарный институт [Электронный ресурс]. – URL: <https://dl-hum.spbstu.ru/>. – (дата обращения: 24.02.2022).

Баранова Олеся Александровна – магистр, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: olessyabaranova13@gmail.com.

Обухова Юлия Олеговна – кандидат социологических наук, доцент, Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: obuhova_yuo@spbstu.ru.

УДК 37.08

*Фаниль Фанисович Бахтияров,
Константин Павлович Захаров*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого,
Любовь Васильевна Грекова
Информационно-методический центр
Невского района Санкт-Петербурга

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ УЧИТЕЛЕЙ И СТАРШЕКЛАССНИКОВ

Аннотация. В статье представлены материалы исследования особенностей цифровой компетенции учителей и старшеклассников Санкт-Петербурга. В качестве диагностического инструментария выбрано «Колесо цифровых компетенций, включающих в себя такие области как – информация, коммуникация, производство и безопасность. Исследование проведено по заказу информационно-методического центра Невского района Санкт-Петербурга и включает в себя 466 учителей и 122 старшеклассника. К особенностям цифровых компетенций относится высокий уровень их развития у учителей до 35 лет и старшеклассников, и относительно невысокий уровень цифровых компетенций у учителей старше 35 лет. Web-инструмент «Колесо цифровых компетенций» может

стать хорошим подспорьем в самостоятельном развитии различных областей цифровой компетенции, а старшеклассники 7–8 уровня цифровых компетенций могут стать ресурсом для учителей по цифровизации образовательного процесса.

Ключевые слова: цифровая компетентность, учителя, старшеклассники, информация, коммуникация, производство, безопасность.

Fanil F. Bakhtiyarov,

Konstantin P. Zakharov

Peter the Great St. Petersburg

Polytechnic University

Lyubov V. Grekova

Information and methodological center

of the Nevsky district of St. Petersburg

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF DIGITAL COMPETENCIES OF TEACHERS AND HIGH SCHOOL STUDENTS

Abstract. The article presents the materials of the study of the features of digital competence of teachers and high school students in St. Petersburg. The «Wheel of digital competencies» was chosen as a diagnostic tool, including such areas as information, communication, production and security. The study was commissioned by the information and methodological center of the Nevsky district of St. Petersburg and includes 466 teachers and 122 high school students. The features of digital competencies include a high level of their development among teachers under 35 years old and high school students, and a relatively low level of digital competencies among teachers over 35 years old. The Digital Competence Wheel web tool can be a good help in the independent development of various areas of digital competence, and high school students of levels 7–8 of digital competence can become a resource for teachers in digitalizing the educational process.

Keywords: digital competence, teachers, high school students, information, communication, production, security.

Введение. В современных реалиях, когда постоянно совершенствуются технологии и способы получения, обработки и передачи информации, открывается больше возможностей для их использования и в сфере образования.

В процессе своей профессиональной деятельности педагог сталкивается с быстро меняющимися требованиями к своей компетентности, как эффективного учителя. Не последнюю роль играет знания, умения, связанный с цифровыми технологиями и использованием в учебном процессе своего образовательного учреждения.

Описание Колеса цифровых компетенций. Целью исследования было выявить особенности цифровой компетентности старшеклассников и учителей.

Для измерения цифровой компетентности (ИКТ-компетентности) существует несколько подходов. В России наиболее известны следующие – Солдатовой Г. У. [1], исследовательского центра НАФИ [2], ICL-тест, позволяющий измерить их информационно-коммуникационную компетентность старшеклассников [3]. В нашем исследовании мы использовали международный подход, разработанный в крупном исследовательском проекте ЕС DIGCOMP Центром цифровых технологий, который занимается цифровым образованием с 2009 года. С помощью web-инструмента «Колесо цифровых компетенций» (The Digital Competence Wheel) мы можем определить уровень конкретных знаний, навыков, отношений. Цель диагностической методики «Колесо цифровых компетенций» состоит в представлении того, какие цифровые компетенции существуют и какие должны быть сформированы у каждого, а также конкретные рекомендации по их «прокачке».

Цифровая компетенция – это сочетание знаний, навыков и отношения к использованию цифровых технологий для выполнения задач, решения проблем, общения, управления информацией, сотрудничества, а также для эффективного, надлежащего, безопасного, критического, творческого самостоятельного, этичного создания и обмена контентом в цифровой среде.

Цифровая компетенция состоит из следующих компонентов: знания, навыки и отношения. Смысл этого трехстороннего разделения цифровых компетенций состоит в том, чтобы подчеркнуть тот факт, что сильные цифровые компетенции не создаются просто из-за высокого потребления цифровых технологий. Цифровые

технологии настолько глубоко интегрировались в нашу жизнь, что их наличие или отсутствие влияет на все сферы жизни. Чтобы упростить оценку знаний, навыков и отношения (областей обучения), цифровая компетентность представлена в четырех областях – Информация, Коммуникация, Производство и Безопасность [4].

Цифровой компетентность представлена 8-ю уровнями. От 1 уровня, когда человек способен выполнять простые задачи под контролем, до 8 уровня мастера, который способен выполнять задачи и находить наиболее подходящее решение даже при решении сложных, многогранных проблем, когда решение не всегда доступно и способен адаптироваться и интегрироваться в незнакомую ситуацию, а также предлагать новые решения и процессы в своей профессиональной деятельности [4].

Исследование (методология). На данном этапе работы была проведена презентация методики The Digital Competence Wheel в информационно-методическом центре Невского района и согласовано проведения анкетирования среди старшеклассников и учителей образовательных учреждений, заинтересованных в исследовании. Предварительно нами была адаптирована на русский язык методика The Digital Competence Wheel (Колесо цифровых компетенций). Анкетирование было проведено в формате Google Forms. Респондентам предлагалась краткая инструкция.

Результаты исследования. Всего в исследовании приняло участие 588 человек – 466 учителей и 122 ученика старших классов. Сравнение проводилось среди старшеклассников и преподавателей разных возрастных категорий: 18–34, 35 лет и старше. Всего было пять категорий для сравнения: общие данные, информация, коммуникация, производство и безопасность.

Ниже (рис. 1) представлены общие результаты исследования. Исходя из графика, мы можем говорить о значительных различиях между уровнем цифровой компетенции старшеклассников и преподавателей. Если большая часть преподавателей находится на 3–6 уровнях, то у учеников мы наблюдается тенденция к увеличению уровня цифровой компетентности. Это может говорить нам о том,

что есть группа учащихся, которые представляют собой неиспользованный педагогами ресурс в период цифровизации образования.

Интересные данные получены при рассмотрении учителей разного возраста (рис. 2). Из графика видно, что учителя до 35 лет опережают старшеклассников по всем уровням, а по базовому уровню (5) даже превосходят. А вот учителя старше 35 лет дают прямо противоположную картину.

Далее мы более подробно рассмотрим результаты в каждой из областей компетенции и выделим только те, где получены статистически значимые различия, но учителей будем рассматривать в общей выборке.

В области «Информация» данные по уровням распределились практически равномерно, что говорит о том, что и учителя, и ученики умеют работать с информацией. Статистически значимое различие было получено на восьмом уровне, который позволяет нам утверждать, что существует группа старшеклассников, которые обладают самым высоким уровнем развития цифровой компетентности в области «Информации».

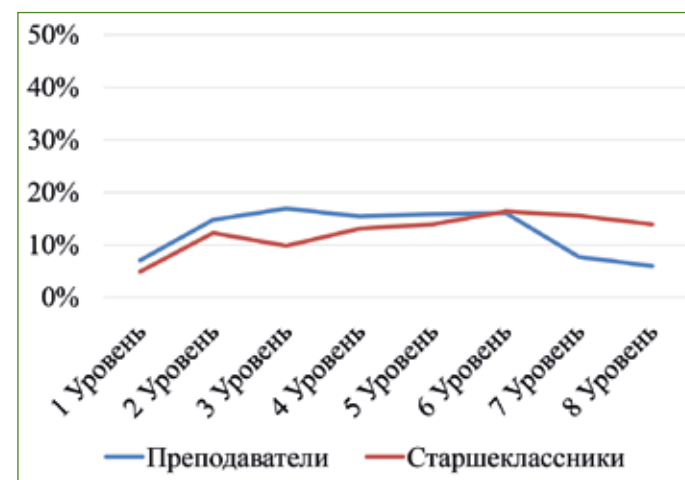


Рис. 1. Уровни цифровой компетенции учителей и старшеклассников

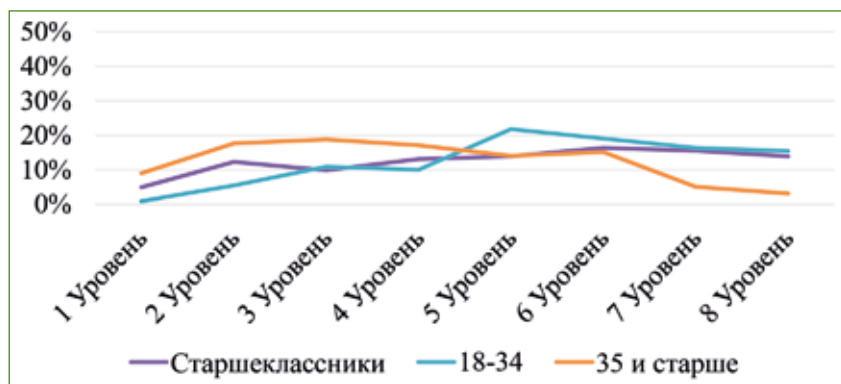


Рис. 2. Уровни цифровой компетенции учителей разного возраста и старшеклассников

В области «Коммуникация» статистически значимые различия выявлены на седьмом и восьмом уровнях, что говорит о том, что учащиеся способны общаться, сотрудничать, взаимодействовать и участвовать в виртуальных командах и сетях, использовать соответствующие средства массовой информации значительно лучше учителей.

Распределение преподавателей и старшеклассников в области «Производство» показывает, как сильно отличается развитие компетенций в данной области у подростков и учителей. Статистически значимые различия получены на 1, 2, 6, 7 и 8 уровнях. Ученики способны создавать, настраивать и редактировать цифровой контент, а также решать проблемы, возникающие в цифровой среде и быстро овладевать новыми способами использования преимуществ цифровых технологий значительно лучше своих старших товарищей – учителей.

Область «Безопасность». Здесь данные по старшеклассникам и преподавателям разнятся не так сильно, хотя есть различия на 1 уровне (тут больше учителей) и на 8 уровне (тут лидируют ученики). И преподаватели, и старшеклассники способны безопасно и устойчиво использовать цифровые технологии в отношении дан-

ных, личных данных и производственных травм, а также обращать внимание на юридические последствия, на использование своих права и соблюдение обязанностей при поведении в цифровой среде.

Выводы. Обобщая полученные данные, мы можем утверждать, что особенностью сравнения развития цифровых компетенций у подростков и учителей является следующее. Ученики в большинстве своём более компетентны в отношении цифровых технологий, но стоит учитывать тот факт, что они рождены в эпоху цифровизации. Педагоги до 35 лет успешно справляются с вызовами цифровой трансформации и служат примером для своих учеников в области цифровых компетенций. А вот учителям старше 35 лет нужна поддержка в овладении цифровыми компетенциями. Таким ресурсом может стать «Колесо Цифровых компетенций» и группа старшеклассников у которых высокий уровень освоения цифровых компетенций.

Библиографический список

1. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования / Г. У. Солдатова, Т. А. Нестик, Е. И. Рассказова, Е. Ю. Зотова. – М.: Фонд Развития Интернет, 2013. – 144 с.
2. Цифровая грамотность российских педагогов. Готовность к использованию цифровых технологий в учебном процессе. / Авторы: Т. А. Аймалетдинов, Л. Р. Баймуратова, О. А. Зайцева, Г. Р. Имаева, Л. В. Спиридонова. Аналитический центр НАФИ. – М.: Издательство НАФИ, 2019. – 84 с.
3. С. М. Авдеева, М. Г. Руднев, Г. М. Васин, К. В. Тарасова, Д. М. Панова. Оценка информационно-коммуникационной компетентности учащихся. Вопросы образования / Educational Studies Moscow. 2017. № 4.
4. The Digital Competence Wheel – [Электронный ресурс]: URL: <https://digital-competence.eu/dc/> [дата обращения 22 марта 2022 г.].
5. Report for Demo group on The Digital Competence Wheel. – [Электронный ресурс]: URL: <https://digital-competence.eu/dc/report/?uri=91d88466bc0e670d6c80b5c64b50c383> (ссылка на демо результаты, с помощью которых мы адаптировали методику) [дата обращения 22 марта 2022 г.].

6. What is digital competence? – [Электронный ресурс]: URL: <https://digital-competence.eu/dc/front/what-is-digital-competence/> (ссылка с описанием методики) [дата обращения 22 марта 2022 г.].

Бахтияров Фаниль Фанисович – магистрант, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики Гуманитарного института, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: bakhtiyarov_fanil@mail.ru.

Захаров Константин Павлович – доцент, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики Гуманитарного института, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: kzaharov@spbstu.ru.

Грекова Любовь Васильевна – методист, канд. фил. наук, Информационно-методический центр (ИМЦ) Невского района СПб. E-mail: love-skakun@yandex.ru.

УДК 378

Ван И

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

МЕТОДИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРАКТИВНОЙ ПЛАТФОРМЫ WOOSLAR НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ

Аннотация. Целью данной статьи является рассмотрение методологических возможностей интерактивной платформы Wooslar на занятиях по русскому языку как иностранному. В этой статье предпринята попытка описать концепцию и привести характеристики интерактивной платформы Wooslar, а также раскрыть ее преимущества и недостатки в курсе русского языка как иностранного; приводятся два практических примера использования платформы Wooslar. Функционал данной платформы позволяет преподавателю проводить разнообразные опросы в режиме реального времени, давая возможность аудитории задавать и отвечать на вопросы через гаджеты. Для тех пользователей, у кого нет доступа к глобальной сети Интернет, также возможно участие в опросе по SMS.

Ключевые слова: Wooslar, онлайн-инструмент обучения, русский язык как иностранный, опрос.

Wang Yi

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

METHODOLOGICAL CAPABILITIES OF THE WOOSLAR INTERACTIVE PLATFORM IN THE LESSONS IN RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

Abstract. The purpose of this article is to consider the methodological possibilities of the interactive Wooslar platform in Russian as a foreign language classes. This article attempts to describe the concept and give the characteristics of the interactive Wooslar platform, as well as to reveal its advantages and disadvantages in the course of Russian as a foreign language; two practical examples of using the Wooslar platform are given. The functionality of this platform allows the teacher to conduct a variety of surveys in real time, enabling the audience to ask and answer questions through gadgets. For those users who do not have access to the global Internet, it is also possible to participate in the survey by SMS.

Keywords: Wooslar, online learning tool, Russian as a foreign language, quiz.

С вторжением глобальной сети Интернет в нашу жизнь онлайн-образование постепенно стало неотъемлемой частью современного образования. С момента вспышки эпидемии Covid-19 в 2020 году колледжи и университеты во многих странах начали проводить онлайн-обучение, и стал заметнее расти спрос на разработку и использование инструментов и ресурсов онлайн-обучения [1–3]. Сетевые инструменты, такие как *GoSoapBox*, *Kahoot!*, *Mentimeter*, *Wooslar* и другие становятся все более популярными среди преподавателей и студентов. Они способствуют улучшению взаимодействия между преподавателями и студентами в процессе обучения, в частности русскому языку как иностранному.

Wooslar представляет собой интерактивную электронную платформу, используемую для создания анкет, тестов, опросников и различных учебных заданий с мгновенной обратной связью и ответами в режиме реального времени. Это платформа служит для такой совместной работы, как учебное занятие, проведение конференции, организации тренинга. Пользователи анонимно от-

вечают на вопросы с помощью технологических устройств, таких как смартфоны, планшеты или ноутбуки [4–6].

Интерактивная платформа *Wooclap* имеет свою уникальность и особенности. На платформе *Wooclap* представлено 20 способов взаимодействия. Она способствует сотрудничеству со студентами с помощью многовариантных вопросов, облаков слов, соревнований и многих других средств. Студенты получают доступ к анкетам и файлам для работы до или после учебных занятий. Участники могут отвечать анонимно или с указанием личности. Платформа поддерживает возможность встройки в онлайн-курсы. Пользователи могут обмениваться своим контентом с коллегами в один клик [7].

Чтобы использовать интерактивную платформу *Wooclap*, нужно сначала зайти на его официальный сайт: www.wooclap.com, который предоставляет версии на русском, английском, немецком и других языках, а затем зарегистрироваться на официальном сайте. После регистрации пользователю предоставляется возможность создавать события. Пользователь может выбрать один из следующих способов взаимодействия: мультिवариантный вопрос, опрос, словарное облако, открытый вопрос, маркировка изображения, поиск на изображении, сопоставление, мозговой штурм, слайд, заполнение пропусков, рейтинг, поиск числа, аудио или видео, сортировка, упорядочивание, тест соответствия.

Мультिवариантный вопрос может помочь преподавателю узнать общий уровень овладения знанием студента. Открытый вопрос позволяет студентам свободно отвечать, что, в свою очередь, может помочь преподавателю оценить знания студентов по конкретной изучаемой теме. Заполнение пропусков позволяет студентам повторять текст или повторять склонения глаголов и существительных в русском языке [8].

Если пользователь хочет создать вопрос с несколькими вариантами правильных ответов, то такая опция также существует. Если пользователь хочет создать вопрос по поиску на изображении, пользователь может так это выполнить.

Как инструмент онлайн-обучения, интерактивная платформа *Wooclap* имеет следующие преимущества [9]:

1. Простота доступа. Студент может ответить на вопросы, отсканировав QR-код или войдя на веб-страницу мероприятия с помощью компьютера, планшета, мобильного телефона и т. д. Регистрация пользователю для этого не требуется.

2. Страницы веб-сайта простые и упорядочены. В веб-дизайне используется больше синего, черного и белого цветов, что позволяет аудитории оставаться более сконцентрированными на осуществлении своей учебной деятельности на платформе *Wooclap*.

3. Разнообразие и совместимость. Существует более 15 типов вопросов, поддержка презентаций в форме *PowerPoint*, *Google Slides* и *Keynote*, и их можно использовать вместе с такими платформами как *Microsoft Teams*, *Zoom* и *LMS Moodle* для повышения эффективности обучения в учебном курсе.

4. Визуализация. Платформа *Wooclap* позволяет визуализировать результаты опроса и экспортировать их в *Excel* или *PDF*, чтобы проанализировать и оценить ответы респондентов.

У интерактивной платформы *Wooclap* есть и обратная сторона: ее цена – высокая. В находящейся в свободном доступе версии интерактивной платформы *Wooclap* можно создать только 2 вопроса в каждом событии.

По сравнению с другими онлайн-инструментами обучения *Wooclap* имеет очевидные преимущества. Гийом Гжих сказал в своем исследовании, что в результате опроса 75 студентов-медиков было обнаружено, что среди трех онлайн-инструментов обучения *Votar*, *Socrative* и *Wooclap* этим студентам больше нравится *Wooclap* [10].

Интерактивная платформа *Wooclap* делает учебные занятия более динамичными, способствуя взаимодействию между преподавателем и студентами. Каждый студент получает возможность более четко и свободно изложить свои аргументы. Это означает, что *Wooclap* также помогает студентам улучшить свои навыки общения и аргументации. Интерактивная платформа *Wooclap* позволяет преподавателю мгновенно собирать мнения студентов и проверять усвоение студентами новых знаний. Этот инструмент также дает преподавателю возможность контролировать темп учебных занятий. *Wooclap* требует от студентов более активного участия, и, следо-

вательно, помогает им уделять внимание. Как онлайн-обучающий инструмент *Wooclap* достоин того, чтобы преподаватели попытались использовать его в преподавании русского языка как иностранного в целях повышения эффективности учебных занятий.

Библиографический список

1. **Odinokaya M. A., Karpovich I. A., Mikhailova O. Ju, Piyatnitsky A. N., Klimova V.** Interactive technology of pedagogical assistance as a means of adaptation of foreign first-year students //IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – IOP Publishing. – 2020. – Т. 940. – № 1. – С. 012130.
2. **Одинокая М. А.** Особенности и следствия использования открытых образовательных ресурсов и электронных курсов в российских вузах // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2019. – С. 408–410.
3. **Одинокая М. А., Кузнецова Г. А.** Система LMS MOODLE как платформа для размещения интерактивного курса введения в специальность //Инновационные технологии в науке и образовании. – 2016. – № 4. – С. 135–139.
4. **Мацугина Е. Ю.** Использование платформ Wooclap, Quizlet и Kahoot! на практических занятиях по иностранному языку //Гуманитарные науки и вызовы нашего времени. – 2021. – С. 130–132.
5. Wooclap. URL: <https://www.wooclap.com/en/about-us/> (дата обращения: 28.02.2022).
6. Wooclap – Wikipedia. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Wooclap> (дата обращения: 01.03.2022).
7. Wooclap. Make learning awesome & effective. URL: <https://www.wooclap.com/> (дата обращения: 01.03.2022).
8. **Астапенко В. А.** Использование возможностей интерактивной платформы WOOCAP на занятиях по русскому языку как иностранному. – 2020. – С. 26–32.
9. Features and integrations – Wooclap. URL: <https://www.wooclap.com/en/features> (дата обращения: 01.03.2022).
10. **Grzych G., Schraen-Maschke S.** Interactive pedagogic tools: evaluation of three assessment systems in medical education[C]//Annales de Biologie Clinique. – 2019 – № 4. – 77. – P. 429–435.

Ван И – магистр, факультет «Методика преподавания русского языка как иностранного и межкультурная коммуникация», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: wangyi98929@gmail.com.

УДК 1174

Алина Власюк

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

ГОТОВНОСТЬ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ К ВНЕДРЕНИЮ ЭЛЕМЕНТОВ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ

Аннотация. Внедрение цифровых инструментов происходит во все сферы жизнедеятельности, в том числе и в образовательную среду. Проблемы, с которыми сталкивается каждый второй преподаватель, бесчисленное количество предложений на цифровом рынке и отсутствие навыков выбора необходимого инструмента. Цель исследования – развить навыки внедрения цифрового инструментария для вовлечения обучающихся в образовательный процесс. В статье описаны последовательные действия внедрения цифрового инструментария: постановление аутентичной задачи и когнитивной стратегии, анализ ментальной модели, а также создание своевременной информации. Результатами исследования является каталог цифрового инструментария, который помогает быстро сориентироваться в цифровой образовательной среде и определиться с необходимым инструментом.

Ключевые слова: цифровые инструменты, модель 4C/1D, когнитивная стратегия, ментальная модель, своевременная информация.

A. Vlassyuk

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

TEACHER'S READINESS TO IMPLEMENT E-LEARNING ELEMENTS

Abstract. The introduction of digital tools takes place in all spheres of life, including the educational environment. The problems are the countless number of offers on the digital market and the lack of skills to choose the necessary tool. The purpose of the study is to develop the skills of implementing digital tools to involve students in the educational process. The article describes the sequential steps of implementing digital tools: the definition of an authentic task and cognitive strategy, the analysis of a mental model, the creation of timely

information. The results of the study are a catalog of digital tools, which helps to quickly navigate in the digital educational environment and determine the necessary tool.

Keywords: digital tools, 4C/ID model, cognitive strategy, mental model, timely information.

В современной образовательной системе преподаватель должен быть готов к инновациям, непрерывному самообучению, иметь способность к критическому и гибкому мышлению, а также адаптироваться в быстро меняющемся мире.

Однако для главного актора образовательного процесса важно не просто использовать обучающие приложения и инструменты на занятиях, но и компетентно, в нужный момент и контекст интегрировать в образовательную среду. Теоретической базой для исследования цифровизации можно считать работы Е. В. Уайнштейн и М. С. Коган, которые рассматривали достоинства и недостатки интеграции цифровых инструментов в образовательную среду [1], статьи В. Н. Юрьева и Д. М. Дыбока о развитии и доступности инновационных технологий в Российской Федерации [2].

В качестве базы для исследования, в статье используется образовательная модель 4C/ID. Авторы модели – профессора Университета Маастрихта (Нидерланды) Ерое Ван Марриенбоер и Пол Кишнер. Данная модель считается практико-ориентированной и применяется, когда для достижения образовательной цели недостаточно просто приобрести набор навыков и знаний, а важно объединить их во взаимосвязанную систему и интегрировать в жизнь [3].

Первый шаг в исследовании – построение аутентичной задачи через опрос студентов и консультаций со специалистами в области цифровой среды в образовании: педагогические дизайнеры, методисты, тьюторы и т. д. Аутентичные задачи – задачи, которые специалисты решают в реальных рабочих ситуациях.

Для глубинного понимания необходимо проанализировать аутентичную задачу с разных сторон. Задача может рассматриваться по шести типам учебных задач: готовый кейс, перевернутая задача,

задача на аналогию, задача с неопределенной целью и полуструктурированная задача.

Если преподаватель выделяет аутентичную задачу как выбор необходимого инструментария, готовый кейс предполагает анализ инструментов разных категорий и выделение преимуществ каждого. Перевернутая задача подразумевает создание примеров для возможного использования каждого инструмента на практике. При этапе задачи на аналогию преподаватель сегментирует весь список инструментов по категориям. Задача с неопределенной целью позволяет исключить взаимозаменяемые инструменты. С помощью полуструктурированной задачи преподаватель делает первые шаги к практике.

Для решения аутентичной задачи, важным аспектом является составление иерархичной системы навыков с категориями: неповторяющиеся, повторяющиеся и навыки, требующие автоматизма. Для внедрения необходимого инструмента, неповторяющимися навыками являются: определение бюджета и тестирование пробных версий, определение целевой аудитории и контента, систематизация материала, определение особенностей оценивания, тестирование интуитивного использования инструмента. Главным неповторяющимся навыком является выбор инструмента, а навыком требующего автоматизма можно считать внедрение инструмента в образовательную среду.

Определив главные навыки, преподаватель переходит к построению когнитивной стратегии и анализу ментальной модели. В контексте выбранной аутентичной задачи, когнитивная стратегия выглядит как систематизированные действия педагога: изучение учебного материала урока; определение целевой аудитории; изучение условий для практического применения компьютерной техники и иных цифровых инструментов всеми участниками образовательных отношений; определение контента; выбор формата; подготовка списка инструментов, который в полной мере отразит материал, исключение лишних инструментов на основе плохой адаптивности, практичности, простоты и локализации; выбор инструментария [4].

Ментальные модели — это теория, описывающая область знаний, в которой решается аутентичная задача. Концепции, теории, определения, понятия, структура, взаимосвязь, механизмы функционирования, принципы работы — все это является частью ментальных моделей.

На данном этапе педагог анализирует выбранную предметную область, собирает теоретический материал и формирует ментальную модель. В контексте «выбор необходимого инструмента» ментальная модель может быть следующей: основы психологии личности (мотивационные подходы), проектирование теории и практики в цифровой среде, основы геймификации в образовании, основы типографики и рисунка, тестирование новых продуктов.

Знание ближайшей области данной задачи помогает повысить компетентность преподавателя в области инновационных технологий. Таким образом, внедрение необходимых инструментов будет проходить осознанно и методично.

Важной составляющей готовности преподавателя к планомерному внедрению инструментов является проектирование своевременной информации (procedural Information). Своевременная информация позволит преподавателю в определенный момент обратиться к нужному материалу, а также позволит сфокусироваться на сути задачи и своевременно обратиться к алгоритму решения. Главным аспектом создания своевременной информации является правило «ЕСЛИ условие, ТО действие». Первая часть правила — условие, называется антецедент и представляет собой предложение-образец, по которому осуществляется поиск в базе знаний. Вторая часть — действие, называется консеквент и представляет собой действия, выполняемые при успешном исходе поиска [5].

Таким образом, инструментарий для внедрения в образовательную среду может быть разделен по следующим категориям (условиям): облачное хранилище данных; управление задачами; сервисы для создания инфографики; инструменты для работы с графикой, аудио и видео; стоковые изображения; онлайн-встречи

и видеоконференции; совместный доступ к экрану; сервисы для создания форм и опросов; обучающие ресурсы. Основываясь на данные категории, своевременная информации может выглядеть следующим образом:

1. Облачное хранилище данных: Google Drive, OneDrive, Dropbox, Яндекс.Диск, Mega.

2. Управление задачами: Trello, Evernote, Skitch, Google Docs, ToDo.vu.

3. Инфографика: Hohli Builder, Google Charts, Vizualize.me, Capsidea, Visage.

4. Стоковые изображения: Pexels, All the free Stock, UnSplash, Splash Base, Startup Stock Photos.

5. Графика, аудио и видео: Fotor, Freebble, Biteable, Pixel Buddha, Dribbble.

6. Онлайн-встречи и видеоконференции: Lytespark, GotoMeeting, Google Hangouts, Free Conference Call, JoinMe.

7. Совместный доступ к экрану: TeamViewer, Microsoft Remote Desktop, Chrome Remote Desktop, Microsoft Remote Assistance, Screen Sharing.

8. Создание форм и опросов: Wufoo, Formsite, 123 Contact Form, Google Forms, Tally.

9. Обучающие ресурсы: Khan Academy, Coursera, Geekbrains, Skillshare, Stepik.

Каталог инструментария поможет преподавателю достаточно быстро сориентироваться в цифровой образовательной среде и определиться с необходимым инструментом. Опираясь на данную статью, преподаватель может создать индивидуальную каталог (таблицу), как своевременную информацию для подготовки к занятию. Модель 4C/ID подойдет в тех случаях, когда перед методистом стоит задача создать максимально близкий к реальной жизни образовательный опыт.

Дальнейшие перспективы данной статьи заключаются в разработке более углубленного и практичного каталога, с наличием теоретической базы каждого инструмента.

Библиографический список

1. Коган М. С., Уайндстейн Е. В. Альтернативы массовым открытым онлайн курсам при интегрировании их в учебный процесс вуза // Креативная экономика. –2014. – № 9. –С. 139–150.
2. Юрьев В. Н., Дыбок Д. М. Кластерный анализ факторов, влияющих на инновационное развитие экономики в регионах Российской Федерации // Статистика и экономика. – 2017. – № 1. – С. 51–59.
3. Maggio, L. A., Cate, O. T., Irby, D. M., & O'Brien, B. C. Designing evidence-based medicine training to optimize the transfer of skills from the classroom to clinical practice: Applying the four component instructional design model // Academic Medicine. –2015. № 90, P. 1457–1461.
4. Badke, W. Why information literacy is invisible // Communications in Information Literacy. –2011. № 4. P. 129–141.
5. Susilo, A. P., van Merriënboer, J. J. G., van Dalen, J., Claramita, M., & Scherpbier, A. From lecture to learning tasks: Use of the 4C/ID model in a communication skills course in a continuing professional education context // The Journal of Continuing Education. –2013. № 44, P. 278–284.

Власюк Алина – бакалавр, Высшая школа международных отношений, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: lina_yuk@mail.ru.

УДК 373.2

*Вера Александровна Деркунская,
Татьяна Викторовна Нилова,
Оксана Борисовна Кондратьева*

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена

СОВРЕМЕННЫЙ ЦИФРОВОЙ ФОРМАТ – ПОДКАСТИНГ В СОПРОВОЖДЕНИИ СЕМЬИ ВОСПИТАННИКОВ ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье говорится о новом формате цифровизации и информатизации образования – подкастинге. Подкастинг – современная аудиальная дистанционная форма взаимодействия и сопровождения

родительской общественности в дошкольном образовании. В статье приводятся результаты изучения поддержки исследовательского поведения у детей педагогами в условиях цифровых форматов. Рассматриваются умения ребенка работать с информацией как необходимой компетенции старшего дошкольника при переходе на новую ступень обучения. Средством привлечения внимания к данному вопросу стал подкастинг «Ребёнок 21 века». В статье раскрывается техническая терминология подкастинга: эпизод, выпуск, шоуноут, саунд-дизайн, джингл и перебивка, что позволяет педагогу создать аудиально правильный выпуск подкаста.

Ключевые слова: цифровизация и информатизация образования, подкастинг, аудиальный дистанционный формат образования, поддержка исследовательского поведения дошкольников, информационная компетентность школьника, родительское сообщество.

*Vera A. Derkunskeya,
Tatiana V. Nilova,
Oksana B. Kondratieva*
Herzen State Pedagogical
University of Russia

A MODERN DIGITAL FORMAT IS PODCASTING ACCOMPANIED BY A FAMILY OF PUPILS OF A PRESCHOOL EDUCATIONAL ORGANIZATION

Abstract. The article talks about a new format of digitalization and informatization of education – the podcasting format. Podcasting is a modern auditory remote form of interaction and support of the parent community in preschool education. The article presents the results of a study of supporting exploratory behavior as the development of the ability to work with information, the necessary competence of an older preschooler during the transition to a new level of education. The podcast «Child of the 21st century. «One step ahead» was made to draw attention to this question. The article also reveals the technical terminology of podcasting: episode, release, show note, sound design, jingle and interruption, which allows the teacher to create an audially correct podcast release.

Keywords: digitalization and informatization of education, podcasting, auditory distance education format, support for exploratory behavior, information competence of a schoolchild, parent community.

Современный мир, в котором мы живём – мир информатизации и цифровизации. Мир, в котором современный взрослый – родитель или педагог – имеют цифровую поддержку восприятия всех сенсорных чувств.

В современных дошкольных образовательных учреждениях нередко встречается взаимодействие с семьями воспитанников через визуализированные цифровые технологии – иллюстрации жизни воспитанников в социальных сетях, мессенджерах, видеохостингах и даже официальных сайтах образовательных организаций [1].

Визуализированное цифровое взаимодействие охватывает большую часть родительского сообщества. Почему аудиформат? В чём его преимущество? Подкастинг открывает слушателям дополнительные возможности: удобное прослушивание через наушники (удинение), особое восприятие сюжетной линии, экономия времени и, конечно, польза для здоровья, так как прослушивание информации доставляет позитивные впечатления.

Аудиоформат помогает эффективно получать информацию в любом месте. Можно, например, разнообразить свой путь на работу, поездку за рулем. Подкастинг позволяет прослушать массу разнообразной информации в любой момент. Эксперты доказали, что во время прослушивания аудиоформатов почти все группы людей с легкостью усваивают информацию [2]. Важно понимать, что во время чтения подобный эффект возникает далеко не у всех.

В образовании востребован, но мало применяется новый формат взаимодействия с семьями воспитанников – подкастинг. Выпуски образовательного подкаста, о котором пойдет речь, имеют общее название-лозунг «Ребёнок XXI века: На шаг впереди» и направлен на описание различных средств, методов и способов поддержки исследовательского поведения как развития умения у ребенка работать с информацией, что составляет функциональную грамотность и компетентность старшего дошкольника при переходе на новую ступень обучения.

В ожидаемых результатах проекта – формирование у родителей важности развития умений ребенка работать с информацией как

компетенций будущего школьника и повышение родительской компетенции в вопросах нахождения и применения старшими дошкольниками различных источников для получения информации: через детскую литературу – нонфикшн, энциклопедии, манги, виммельбухи, телевидение; через активные формы познания – экспериментирование, элементарные детские опыты, коллекционирование.

В сентябре 2021 года было проведено анкетирование родительского сообщества на тему предложенного подкаста – общее количество родителей (законных представителей), принявших участие в анкетировании, составило 223 человека (65%). Преимущественное количество прошедших анкетирование – родители воспитанников подготовительных групп.

Предлагаемые вопросы анкеты были разделены на четыре блока: 1) направленные на изучение отношения семьи к подготовке ребёнка к школе, «портрет» будущего школьника; 2) направленные на анализ компетентности родителей в понятиях информационной грамотности детей; 3) раскрывающие уровни восприятия дошкольников, полученные данные помогут сориентироваться в выборе формы подачи подкастов – аудио, видео; 4) раскрывающие условия, средства взаимодействия с родителями по теме анкетирования.

Одним из выводов проведенного исследования является устойчивое утверждение о том, что подготовленный к школе дошкольник у большинства родителей характеризуется высокой умственной деятельностью, обладает навыками конструктивного общения, умеет взаимодействовать со сверстниками [3]. Только 27 % (60 родителей) отметили важной компетенцией дошкольной подготовки «простейшие навыки приёма, переработки, выдачи информации, работы с носителями информации». Это свидетельствует о недооценивании родителями важности приобретения и развития данных навыков по работе с информацией, о несопоставлении связей между развитыми мыслительными операциями и развитыми речевыми навыками, как самыми популярными ответами по данному вопросу.

Большинство респондентов считают причинами возможной гипотетической школьной неуспеваемости недостатки развития мотивационной сферы детей и недостаточный уровень проявления самостоятельности, настойчивости, организованности (234 раза родители выбрали этот вариант ответа из 223 возможных). Указанные причины – мотивация, самостоятельность, настойчивость, организованность, становятся психологическими характеристиками, которые напрямую входят в понятие «готовность ребёнка к школе». Анкетированные выбирают причиной возможной неуспеваемости в первом классе характеристики умственных действий и уровень развития кругозора – интеллектуальная недостаточность, пробелы в знаниях, низкий уровень познавательно-учебной деятельности (165 раз респонденты выбрали этот вариант ответа из 223 возможных). Данный выбор свидетельствует о том, что родители будущих первоклассников считают важной, одной из главных характеристик готовности к школе, высокую познавательную деятельность ребёнка. Данный вывод подтверждается ответами на вопрос о посещении кружковой деятельности, которую родители выбирают для своих детей. Для овладения ребёнком к 7 – 7,5 годам высоким уровнем знаний и умений, широким кругозором, необходимо уметь находить, выделять необходимую информацию познавательного характера, запоминать её и использовать в дальнейшей практической жизни.

Причина «сложности в поиске нужной информации и работы с ней: например, выделение главной мысли» возможной неуспеваемости и возникновения трудностей в учении как необходимость для успешной познавательно-учебной деятельности будущих первоклассников недооценена респондентами (23%). Данные умения и компетенции в поиске и умении работы с информационными источниками могут сгладить недостатки познавательного кругозора у первоклассников.

Главным выводом проведенного исследования является утверждение о том, что родители детей старшего дошкольного возраста заинтересованы в подготовке к школе, но не считают важным маркером поддержку исследовательского поведения как развития

умения работать с информацией, и необходимой компетенции старшего дошкольника при переходе на новую ступень обучения.

Подкастинг как форма взаимодействия с семьями воспитанников имеет положительную динамику развития данного взаимодействия в дошкольном образовательном учреждении. Что влияет на это? Правильная организация, обязательная работа с рекламацией предстоящих трансляций подкастинга среди родительской общественности и грамотный подход в создании и оформлении выпусков подкаста.

Рассматривая терминологическую и техническую сторону подкастинга, его можно сравнить с рассказом или целым сборником рассказов. Придерживаясь такого сравнения, рассказ в подкастинге это ЭПИЗОД или ВЫПУСК, а сборник рассказов – это СЕЗОН. Человека, который занимается подкастингом – профессионально или любительски, называют подкастером. Подкасты для родителей могут иметь разные формы и направления:

- «two dudes talking» – двое (или трое, а иногда даже больше) ведущих подкаста обсуждают разные интересные темы и события (диалоговая форма общения);

- подкаст-интервью с «гостем» (компетентный педагог, родитель в транслируемой теме);

- форма «вопрос» – «ответ» с ребенком старшего дошкольного возраста (например, отзывы детей об участии в проведенном проекте);

- форма «взрослый-задание-ребёнок» – организация с ребёнком совместной деятельности по теме проекта с обсуждением и комментированием каждого действия участников, инициатор – взрослый;

- рубрика квиз (с англ. Quiz) – это короткий онлайн опрос, в конце которого показывается результат. Квиз, это интересный и удобный способ взаимодействия с аудиторией, который часто используют для развлечения или обучения (аудиовикторина).

Для удобства отбора заинтересовавшего выпуска подкаста, родителям предлагается шоунот [4]. Это текстовые материалы, которые могут сопровождать эпизоды подкастов. Как правило, в шоунотах можно найти краткое описание эпизода, список тем, контакты, ссылки.

Библиографический список

Грамотно составленный подкаст имеет таймкод. Таймкод показывает, в какое время звучат конкретные темы в подкасте. Также по таймкодам можно легко переходить к началу интересующего вас сегмента в один клик, по аналогии с интерактивным содержанием [4].

При создании эпизода подкаста важно не только выбрать средство для аудиозаписи и удобный аудиоредактор. Важно продумать саунд-дизайн подкаста. Саунд-дизайн – музыкальное сопровождение или набор музыкальных отрывков, который используют, чтобы усилить повествование, погрузить слушателя в атмосферу истории. Например, звуки моря, если вы рассказываете про морские походы.

Саунд дизайн подразумевает собой наличие джингла и перебивок. Джингл – короткая простая мелодия, зачастую со словами, которая легко запоминается и используется для рекламы на радио или телевидении. Джингл это аудиологотип вашего шоу. Он задает настроение и готовит слушателя к тому, что он услышит, настраивает на нужный лад. По джинглу люди отличают ваш подкаст от других [4].

Перебивки – это музыкальный фрагмент, который делается из основной музыкальной темы, или хотя бы дружит с ней по настроению, который добавляется между смысловыми блоками подкаста, в местах, где меняется тема. Перебивки могут быть разные по ритму, размеру и настроению.

Подкасты – самый модный тип контента. Образование активно использует данную систему в обучении и воспитании в детских садах и школах [5]. И это связано с их преимуществом – вы не привязаны к экрану. Вы слушаете человеческую речь, а ваши руки и глаза свободны.

В нашей статье мы хотели показать возможности подкастов в работе с родителями наших воспитанников. Подкасты помогают родителям освоить такой непростой вопрос как информационная грамотность ребенка на пороге школы, умение работать с информацией. Систематическая работа с использованием подкастов помогла изменить отношение родителей к готовности ребенка старшего дошкольного возраста к обучению в школе.

1, Современные формы вовлечения родителей в образовательный процесс ДОО: методическое пособие / Под научной редакцией В. А. Деркунской. – СПб.: Детство-пресс, 2021. С. 224.

2. **Володин А. А., Сухомлинова А. А.** Технология подкастинга в обучении преподавателя в среде e-learning. // Сборник докладов и тезисов Форума. - Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. Москва, 2014. С. 132.

3. **Ершова О. А., Стожарова М. Ю.** Взаимодействие ДОО и семьи в процессе подготовки детей к школе // Наука и практика в образовании: электронный научный журнал. 2021. № 5 (7). С. 14–22. DOI: 10.54158/27132838_2021_5_14.

4. Подкастинг. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D0%BA%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата обращения: 02.03.2022).

5. **Хохлушина Е. В.** Подкастинг в обучении: дидактические свойства и функции. // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2010. № 4. С. 19–26.

Деркунская Вера Александровна – кандидат педагогических наук, доцент РГПУ им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург. E-mail: vderkunskaia@yandex.ru.

Нилова Татьяна Викторовна – студентка РГПУ им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Институт детства. E-mail: comille@mail.ru.

Кондратьева Оксана Борисовна – студентка РГПУ им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Институт детства. E-mail: kseniakondrateva89@mail.com.

*Дарья Дмитриевна Яблокова,
Лолита Сергеевна Иванова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

**РЕАЛИЗАЦИЯ МЕТОДА «МОЗГОВОЙ ШТУРМ»
НА ЗАНЯТИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ
ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ
ИНСТРУМЕНТОВ КАК СПОСОБА РАЗВИТИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ**

Аннотация. В статье рассматривается проблема развития социальной компетенции у студентов технических вузов при обучении иностранному языку с применением цифровых технологий. Кратко описывается сущность коммуникативной компетенции и её составляющих, раскрывается понятие социальной компетенции, анализируется один из способов её развития – метод мозгового штурма, а также возможность его корреляции с различными онлайн-инструментами. Авторы рассматривают потенциал использования метода мозгового штурма в качестве одного из способов развития социальной компетенции.

Ключевые слова: коммуникативная компетенция, социальная компетенция, обучение иностранным языкам, цифровые инструменты, мозговой штурм.

*Daria D. Iablokova,
Lolita S. Ivanova*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

**THE IMPLEMENTATION OF THE BRAINSTORMING
METHOD DURING THE FOREIGN LANGUAGE CLASSES
WITH THE USE OF DIGITAL INSTRUMENTS AS A WAY
OF DEVELOPING THE SOCIAL COMPETENCE**

Abstract. The article dwells upon the problem of the social competence's development of students studying at technical universities while learning a foreign

language with the use of the digital instruments. There is briefly described the nature of communicative competence, the meaning of the social competence, and particularly the way of its development – the method of brainstorming – and the possibility of its correlation with different online-instruments. The authors consider the potential of using the brainstorming technique in conjunction with digital technologies as the way of developing the social competence.

Keywords: the communicative competence, the social competence, teaching foreign languages, digital instruments, brainstorming.

В настоящее время в связи с расширением международного сотрудничества среди ключевых требований к современному выпускнику ВУЗа выделяется умение общаться на иностранном языке как на бытовые, так и на профессиональные темы. Способствовать этому призвано формирование коммуникативной компетенции (КК) на занятиях иностранным языком в университетах. Вместе с тем, исследователями отмечается недостаточный уровень сформированности КК студентов и, как следствие, несформированные навыки общения на иностранном языке у современного выпускника [1].

Рассмотрим сущность КК. КК – это «овладение всеми видами речевой деятельности <...>, умениями и навыками использования языка в различных <...> ситуациях общения, соответствующих опыту, интересам, психологическим особенностям учащихся» [2]. Как видно из определения, понятие КК обширно, вследствие чего ученые выделяют в ее составе набор субкомпетенций. По мнению Л. Ф. Низаевой к таким субкомпетенциям относятся лингвистическая, социолингвистическая, дискурсивная, стратегическая, предметная, профессиональная, социокультурная и социальная. В данной статье остановимся на последней – социальной – субкомпетенции. У Л.Ф. Низаевой это навык, позволяющий человеку адекватно выполнять нормы и правила жизни в обществе [3]. Если рассматривать данную компетенцию с позиции методики обучения иностранным языкам, она представляет собой устную и письменную коммуникацию с другими людьми, основанную на качествах личности и имеющихся у индивида знаниях. На наш взгляд, важно понимать, что, обращая должное внимание на фор-

мирование и развитие социальной компетенции, можно не только повысить эффективность преподавания иностранного языка, но также оказать положительное влияние на психологическое состояние студентов и научить их отстаивать свою позицию, успешно осуществляя коммуникацию в группе людей.

На основании изучения методической литературы можно выделить следующие условия успешного развития социальной компетенции и внедрения её в образовательный процесс:

а) привлечение обучающихся к различным видам деятельности, использование мульти-обучения, которое будет включать работу с аудио— и видеоматериалами;

б) сосредоточение внимания на климате в группе обучающихся: стимулирование взаимной поддержки и помощи среди студентов, предоставление возможности продемонстрировать собственную точку зрения, а также поощрение желания высказаться;

в) использование современных онлайн-инструментов и технологий при обучении студентов.

С целью дальнейшего анализа современных тенденций модернизации образования, в частности его цифровизации, рассмотрим способы формирования описанной выше компетенции. Существует множество групповых активных методов обучения иностранному языку, развивающих социальную компетенцию, например, ролевая игра и кейс-стади [4]. Однако, по нашему мнению, одним из наиболее эффективных является мозговой штурм, под которым в научно-методической литературе понимается «метод решения задач, в котором участники обсуждения генерируют максимальное количество идей решений задачи» [5]. При мозговом штурме принимаются во внимание идеи всех участников без исключения. Важно помнить, что любая идея, высказанная при мозговом штурме, полезна и имеет весомое значение в цельной картине. Данный метод может сыграть ключевую роль в развитии социальной компетенции на занятиях иностранным языком. Мозговой штурм, если проводится правильно, помогает студентам избавиться от страха высказывать своё мнение, что способствует не только применению учащимися нужную лексику изучаемого

языка на практике, но и вносит значимый вклад в развитие социальной компетенции студентов. Для мозгового штурма лучше всего подходят остросоциальные темы или глобальные проблемы, обсуждение которых может выявить разные мнения. При этом важно помнить о педагогической компетентности: преподавателю необходимо сохранять нейтральную позицию вне зависимости от темы обсуждения. Вместе с этим, выносимая на обсуждение тема не должна каким-либо образом задевать чувства обучающихся, участвующих в дискуссии.

Рассмотрим цифровые инструменты, с помощью которых можно организовать работу студентов в рамках реализации метода мозгового штурма.

Обозначить проблему можно посредством видеоматериала. Подходящим онлайн-инструментом может стать сайт <https://www.eslvideo.com> [6]. Ценностью данного ресурса является то, что он предоставляет доступ к большому числу готовых оформленных заданий, связанных с прикрепленным видеороликом, а также дает возможность создать собственный материал. После просмотренного видеофрагмента можно предложить студентам выполнить несколько упражнений. **ESL Video** позволяет преподавателю самому определить тип задания, который будет наиболее удобен для отработки того или иного навыка. После выполненных упражнений уместно провести мозговой штурм, выдвигая студентам на обсуждение общую тему репрезентации женщин в политике, постепенно сужая ее до примеров конкретных стран: женщины-политики в Америке, России, Великобритании. Также можно затронуть исторический аспект и рассмотреть, как менялось отношение к женщинам в политике на протяжении времени.

Некоторые вопросы требуют более тщательного рассмотрения. Целесообразно вынести их в отдельное, «контрольное» занятие. В качестве удобного интерактивного онлайн-инструмента подойдет сайт **Bamboozle** [7], где можно составить карточки с вопросами и в случайном порядке давать их на обсуждение. Сайт многофункционален, и позволяет создавать собственные карточки на любую из тем. Также в инструментах Bamboozle представлены устные

игры, для которых целесообразно разделить обучающихся на команды. Это поможет студентам развить навыки командной работы, а также привлечет их к активному обсуждению той или иной темы.

В качестве ещё одного удобного инструмента для использования на занятиях иностранным языком, в том числе для продвижения и популяризации понятия мозгового штурма среди студентов, можно использовать сайт **English Online** [8]. Здесь собрано большое количество сравнительно небольших текстов и статей, разделенных по темам. Минусом сайта можно назвать отсутствие разделения текстов по уровню сложности, но из-за их небольшого размера перед занятием легко просмотреть несколько и выбрать наиболее подходящий по уровню знания языка студентами. Также на сайте есть разделы, перенаправляющие на смежные страницы с грамматическими упражнениями, готовыми к распечатке. Обилие текстов на разные темы открывает широкий простор для выбора. После прочтения текста вместе с обучающимися будет правильным провести мозговой штурм и выслушать мнения студентов по теме, раскрытой в тексте.

Таким образом, для развития социальной компетенции у обучающихся существует множество методов и инструментов. Одним из них является метод мозгового штурма, который можно интегрировать в процесс обучения иностранным языкам с помощью онлайн-инструментов. Также важно помнить, что компетенции, которые следует развивать у студентов, могут быть применимы не только в контексте изучения иностранного языка, но и в других сферах жизни. Больше всего это относится к социальной компетенции, отвечающей за готовность проявить себя, доказать свое мнение и отстоять точку зрения. Именно поэтому социальной компетенции должна уделяться особая роль на занятиях иностранным языком.

Библиографический список

1. Дулинец Т. Г., Жукова В. И., Фирскина М. С. Исследование уровня сформированности коммуникативной компетенции студентов // Инновации в науке. 2016. № 5-2 (54).

2. Стандарт основного общего образования по русскому языку [Электронный ресурс] // <http://standart.edu.ru/>.

3. Низаева Л. Ф. Коммуникативная компетенция: сущность и компонентный состав / Л. Ф. Низаева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 28 (132). — С. 933–935. — URL: <https://moluch.ru/archive/132/37125/>.

4. И. В. Антипова, А. А. Ивасенко, Е. В. Воронцова. Формирование лингвопрофессиональной компетенции при обучении иностранному языку студентов неязыковых направлений с использованием активных методов обучения / СПб. : СПбПУ, 2020. С. 1–18.

5. Стариков П. А. Пиковые переживания и технологии творчества: учебное пособие. — Красноярск: филиал НОУ ВПО «Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права» в г. Красноярске, 2011. — С. 74–75. — ISBN 978-5-904314-42-2.

6. ESL Video. — Текст : электронный // URL: <https://www.eslvideo.com>.

7. Baamboozle. — Текст : электронный // URL: <https://www.baamboozle.com>.

8. Articles in Easy Understandable English for Learners. — Текст : электронный // English Online : [сайт]. — URL: <https://www.english-online.at/index.htm> (дата обращения: 28.02.2022).

Яблокова Дарья Дмитриевна — бакалавр, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: daryablokova@gmail.com. Тел.: +7 (965) 051-55-25.

Иванова Лолита Сергеевна — бакалавр, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: mooneywitcher@mail.ru. Тел.: +7 (981) 813-23-04.

Анна Валерьевна Киселева
Уральский государственный
архитектурно-художественный университет

ИНФОРМАЦИОННО-ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ РОЛЬ В ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос о современной оценке эффективности научно-педагогической деятельности с помощью информационно-цифровых технологий, поскольку информационно-цифровые технологии заняли важную нишу в политической, социокультурной и экономической жизни общества. Автор представляет разные точки зрения и подходы в поднимании «цифровизации» как явления, именно она на сегодняшний день является существенным фактором экономического развития любой страны и современным трендом развития социокультурного пространства. Цифровое преобразование сфер образования и науки раскрывает возможность интегрального, виртуального и физического взаимодействия, создавая, таким образом, киберфизическое образовательное пространство.

Ключевые слова: информационно-цифровые технологии, научно-педагогическая деятельность, цифровизация, индекс научного цитирования, рейтинг.

Anna Val. Kiseleva
Ural State University
of Architecture and Art

INFORMATION AND DIGITAL TECHNOLOGIES AND THEIR ROLE IN EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF SCIENTIFIC AND PEDAGOGICAL ACTIVITIES

Abstract. This article discusses the issue of modern assessment of the effectiveness of scientific and pedagogical activities using information and digital technologies, since information and digital technologies have occupied an important niche in the political, socio-cultural and economic life of society.

The author presents different points of view and approaches to the rise of «digitalization» as a phenomenon, it is today that it is an essential factor in the economic development of any country and a modern trend in the development of the socio-cultural space. The digital transformation of the spheres of education and science reveals the possibility of integral, virtual and physical interaction, thus creating a cyber-physical educational space.

Keywords: information and digital technologies, scientific and pedagogical activity, digitalization, scientific citation index, rating.

Цифровизация в своей модерации охватила все сферы современного общества. Процесс перехода от вычислительных машин к персональным компьютерам протекал десятилетия, на сегодняшний день подобные преобразования технологий происходят за месяцы.

Ранее под цифровизацией понимали автоматизацию технологического процесса, распространение интернета, социальные сети, использование мобильной связи, где пользователи опосредованно применяли новые технологии. Но достаточно быстро информационно-цифровые технологии заняли важную нишу в политической, социокультурной и экономической жизни общества. Их целью становятся трансформации имеющихся и создание инновационных отраслей экономики, обновление сфер жизнедеятельности человека и общества в новые более эффективные и современные. Если придерживаться этих принципов, можно реализовать преимущества, предоставляющие цифровыми технологиями, и успешно воспользоваться ими.

Внедрение информационно-цифровых технологий в структуру научной организации позволяет в значительной степени повысить эффективность научных исследований и конкурентоспособность организации, особенно в инновационной научной деятельности.

Глобально, цифровизация – это концепция деятельности, в основе которой лежат цифровые технологии, внедряемые в различные сферы производства и жизни. Она является существенным фактором экономического развития любой страны и современным трендом развития социокультурного пространства,

именно поэтому она широко внедряется во всех без исключения странах.

Понятие «цифровизации» как явления исследовали в своих научных работах такие зарубежные и отечественные ученые, как В. Дравиц, А. А. Крюкова, Ю. А. Михаленко, С. А. Толкачева, Минг Зенг, Дж. Стоммел, К. Бассет и др. Так, например, «М. Е. Вайндорф-Сысоева при описании происходящих изменений использует простую категорию «цифровой», реализуемую через представление материала в цифровом формате, где минимизированы все возможные искажения» [1, с. 6]. Т. В. Фомичева рассматривает цифровизацию в «узком смысле», видя в ней «преобразование информации в цифровую форму, которое в дальнейшем приводит к оптимизации издержек, появлению новых перспектив развития» [1, с. 6].

Аналитики, IT-специалисты, руководители разных организаций, предлагают свои трактовки понятия «цифровизация» (англ. digitalization). Однако гораздо важнее определить не сам термин, а значимость этого явления в современном контексте. Так, А. Маррей «рассматривает цифровизацию как смену парадигмы общения и взаимодействия друг с другом и социумом» [2, с. 15].

В современное пространство вводятся понятия «цифровая экономика», «цифровое сообщество», «цифровое образование» и др. Цифровизация современного образовательного процесса продиктована необходимостью появлением новых сфер деятельности, новых профессий, непосредственно связанных с IT.

Сегодня цифровизация широко внедряется в область образования и науки. Подобные процессы определяют необходимость изменения в образовательных стандартах, выявлении новых компетенций будущих специалистов, реформирование учебного процесса, нового подхода к пониманию роли ученого и педагога. Но, необходимо отметить, что есть и негативные моменты этого явления, так цифровизация дискредитирует сложившееся методическое обеспечение современного образовательного процесса. В то же время, всеобщая доступность информации, которую обеспечивает цифровизация в разных формах (визуальная, звуковая,

текстовая), является положительным элементом. Говоря о доступности, возникает следующая проблема, а именно постоянный поиск и выбор актуального контента, высокой скорости его анализа. Следовательно, цифровизация отрасли образования и науки помогает в ее модернизации [3].

Научным и научно-педагогическим сотрудникам в эпоху цифровизации необходимо овладеть новыми технологическими инструментами и информационными ресурсами. Цифровизация этой сферы является современным этапом ее информатизации, что предполагает наполнение информационно – образовательной среды электронно-цифровыми устройствами, системами электронного коммуникационного обмена между ними. Это фактически раскрывает возможность интегрального, виртуального и физического взаимодействия, создавая, таким образом, киберфизическое образовательное пространство [4].

Цифровое преобразование сферы образования и науки предполагает и оснащение научных учреждений и учреждений высшего образования цифровыми технологиями, которые будут способствовать доступности обучения и учебных материалов.

Преимущества цифровизации этой отрасли заключается в замене бумажных носителей; экономии затрат, связанных с администрированием, в использовании электронных учебных и учебно-методических пособий, и как следствие – уменьшение затрат на их приобретение; повышается доступность образования для тех, кто проживает в отдаленных населенных пунктах; ускоряются расчеты и вычисления; появляется возможность в кратчайшие сроки в автоматическом режиме обмениваться данными, из разных уголков мира.

Выделим и возможные недостатки цифровизации: снижение социализации слушателей; уменьшение функционала преподавателя. Цифровое преобразование может сделать образование доступнее, только при детальном планировании и взвешенном системном подходе, во избежание возможных негативных явлений.

Информационно-цифровые технологии в этом контексте, определяются, как интегративное понятие, в основе которого ле-

жат понятия «информация», «коммуникация», «цифровые технологии», цифровые навыки (Digital Quotient, или DQ), которые при этом формируются, образуют цифровой интеллект (по аналогии с IQ или EQ, который используют для измерения уровня общего и эмоционального интеллекта [5]).

Сейчас перед нашим педагогическим сообществом стоит важная задача – взаимодействие с мировыми научно-педагогическими системами, что в свою очередь, поднимает проблему поиска новых подходов для презентации и продвижения результатов научных и практических исследований, новых критериев и показателей оценки научной деятельности образовательных организаций и общего потенциала территории.

Формулировка «научный потенциал» и его квалиметрия, одна из острых и актуальных проблем научной сферы. Одни исследователи предлагают оценивать научный потенциал организации с позиции востребованности и признания результатов реализации научных проектов. При этом, персонифицируя труд ученого, как важную составляющую всего коллектива. При оценке научной продуктивности необходимо исходить из специфики, исследуемой научной проблемы и коллективного характера научной деятельности, что дает возможность достичь нужного результата, при минимальной возможности индивидуального успеха [6].

Многие ученые сошлись во мнении, что основные направления, которые необходимо использовать – это цифровые научно-образовательные системы, которые способствуют развитию информационно-исследовательской компетентности научных и научно-педагогических работников, а именно: использование в научной и научно-педагогической деятельности библиометрических, рейтинговых, наукометрических систем и реферативных баз данных; использование электронных библиотечных систем для поиска материалов и самоархивирования собственных научных публикаций; создание личных профилей в наукометрических базах, электронных социальных сетях; использование аналитических сервисов для оценки собственных научных результатов; применение автоматизированных систем для определения уникаль-

ности научных текстов; использование облачных сервисов для проведения научных исследований; анализ собственного научного рейтинга; для обнародования результатов исследований использование научных журналов, индексируемых в наукометрических базах; применение открытых конференционных систем для апробации научных результатов; разработка цифровых научно-образовательных систем для обнародования и распространения итогов научной деятельности [7].

Одним из показателей оценки результатов научной деятельности является индекс научного цитирования и публикационная активность. Это позволяет увидеть уровень заинтересованности в конкретном исследовании в публичном пространстве, что позволяет говорить о профессиональном преимуществе научного коллектива в части соответствующих векторов научных исследований. Разработка и соотнесение наукометрических измерений предоставляют возможность корректировать в режиме онлайн содержание, давать оценку и проводить анализ своей научной деятельности, что позволяет достичь важного аспекта – профессиональной коммуникации.

Несмотря на положительные стороны данной оценки, существует дискуссия о целесообразности такого подхода. Важным аргументом выступает тот факт, что оценка значимости должна опираться не на отдельные цитирования, а на библиометрические индикаторы (например, импакт-фактор научных журналов, количество публикаций и т.д.). Поскольку количество публикаций является целевым индикатором состояния современной науки.

В общественном пространстве знания и информация составляют базис образования, а каким он будет, это определит уровень овладения цифровыми педагогическими технологиями и эффективность их применения в педагогической деятельности. Перед педагогом встает новая задача – умение ориентироваться в большом потоке информации и быстро анализировать ее, прорабатывать и внедрять новые методы работы на основе цифровых технологий. Поскольку в большинстве научная информация представлена в цифровом формате, то в отличие от электронного, цифровые фор-

маты обеспечивают свободную циркуляцию данными, их размещение и апробацию в сети Интернет. Таким образом, формирующаяся сегодня система образования активно включает в учебный процесс телекоммуникацию, информационные ресурсы и их систему управления

Российская наука и система образования имеет свои наработки с цифровыми открытыми системами, которые можно использовать для оценки результативности научно-педагогической деятельности. Прежде всего, это разработанная модель информационно-аналитической поддержки педагогических исследований на основе электронных систем открытого доступа, что предполагает системное использование открытых систем журнальных, электронных библиотек, программ антиплагиата, открытых конференционных систем с целью информационно-аналитической поддержки педагогических исследований для получения данных по процессам планирования, организации, проведения и внедрения результатов исследований.

Следовательно, можно сделать вывод, что информационно-цифровые технологии играют важную роль для оценивания результативности научно-педагогической деятельности. Внедрение информационно-цифровых технологий в структуру научной организации позволяет в значительной мере повысить эффективность научных исследований, а также конкурентоспособность организации в научной среде, особенно в инновационной научно-педагогической деятельности.

Библиографический список

1. Данилова Л. Н., Ледовская Т. В., Сольнин Н. Э., Ходырев А. М. Основные подходы к пониманию цифровизации и цифровых ценностей // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2020. – № 2. – С. 5–12.
2. Москалюк В. С. Понятие и сущность цифровизации системы образования // Наука и образование сегодня. – 2019. – № 10. – С. 15–18.
3. Зеер Э. Ф., Ломовцева Н. В., Третьякова В. С. Готовность преподавателей вуза к онлайн-образованию: цифровая компетентность, опыт исследо-

вания / Э. Ф. Зеер // Педагогическое образование в России. – 2020. – № 3. – С. 26–39.

4. Вяткин В. В., Дроздов Д. Н., Голуб Ю. А. Концепция киберфизической инженерии как способ применения теории киберфизических систем // SAEC. – 2019. – № 1. – С. 98–112.

5. DIGITAL IQ 2020 Совместное исследование PwC и ABBYY. Февраль 2021. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/publications/digital-iq-2020/pwc-abbyy-digital-iq-2020.pdf> [текст электронный]. (дата обращения: 03.03.2022).

6. Юревич М. А. Методические проблемы оценки результативности исследователя // Управление наукой и наукометрия. – 2014. – № 16. – С. 28–41.

7. Коваленко Р. А., Сорокин А. А. Современные тенденции и анализ факторов международного сотрудничества вузов и экспорта образовательных услуг // Современное образование: содержание, технологии, качество. – 2020. – Т. 1. – С. 258–261.

Киселева Анна Валерьевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальных и гуманитарных наук, Уральский государственный архитектурно-художественный университет, г. Екатеринбург. E-mail: kav.7311@mail.ru.

УДК 004.42

Анатолий Романович Клейменов
Тамбовский государственный
технический университет,
Мария Вячеславовна Кольцова
Технический колледж ТГТУ

ПРОЕКТИРОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА ЭЛЕКТРОННЫХ УЧЕБНЫХ ПОСОБИЙ ДЛЯ КОЛЛЕДЖА

Аннотация. Статья посвящена проблеме необходимости внедрения электронно-образовательных ресурсов и электронных учебников в учебную систему институтов и заведений специального профессионального образования. В статье описаны преимущества внедрения данных технологий в систему образования и подробно рассказано о разработке электронно-учебных пособий и порталов.

Ключевые слова: учебно-электронные ресурсы, студенты, образовательные порталы, учреждения СПО, институты.

Anatoly R. Kleimenov
Tambov State Technical University,
Maria V. Koltsova
Technical College of TSTU

DEVELOPMENT OF ELECTRONIC EDUCATIONAL RESOURCES FOR SPO INSTITUTES AND INSTITUTIONS

Abstract. The article is devoted to the problem of the need to introduce electronic educational resources and electronic textbooks into the educational system of institutes and institutions of special vocational education. The article describes the advantages of introducing these technologies into the education system and describes in detail the development of electronic textbooks and portals.

Keywords: educational and electronic resources, students, educational portals, educational institutions, institutes

Отечественная сфера образования в настоящее время находится в поисках новых форм преподавания, внедрения ИТ-технологий в научный мир. Много сил и ресурсов правительства уходит на развитие качественной системы обучения в учреждениях СПО (среднего профессионального образования). Тем не менее, сейчас существует острая проблема нехватки электронных учебников, форумов и образовательных порталов для студентов колледжей, и техникумов.

Высокая потребность в качественном электронном обеспечении образовательной деятельности обусловлена рядом факторов.

Во-первых, студенты испытывают недостаток информации по предметным дисциплинам, по причине того, что лекции в учебных заведениях ограничены временем и как правило даются в кратком, неразвернутом виде. Такой подход вызывает затруднения в качественном усвоении материала.

Во-вторых, студентами гораздо легче воспринимается информация данная в увлекательном, мультимедийном формате. Работа за компьютером, планшетом или же телефоном является более интересной для молодого поколения, в целом вызывая только положительные эмоции. Не менее важным фактором является удобство и легкий доступ ко всем интересующим студента учебным ресурсам.

Многие ученики заведений среднего профессионального образования не знают, где можно найти необходимый учебный материал, так как вся информация поступает целиком от преподавателей. Электронные учебники и образовательные порталы способны решить эту проблему. Их достоинство прежде всего состоит в том, что любой студент учебного заведения имеет доступ к информационному ресурсу, который может располагаться как на локальном компьютерном сервере, так и в сети Интернет.

Соответственно при легком доступе к интересующим образовательным материалам и при мультимедийной подаче информации производительность и успеваемость студентов существенно возрастает [1].

Интернет-ресурсов, направленных на изучение конкретных дисциплин и специальностей, помогающих студенту лучше понять программу, нацеленную на его учебную сферу достаточно мало. Тем не менее, в рамках нашей специальности «Информационные системы» и научно-исследовательской деятельности возможна реализация различного рода электронных учебных пособий, которые будут иметь возможность расширения в будущем. Целями данных разработок является помощь студентам в обучении, облегчение доступа ко всем нужным для специальности материалам, разработка учебной системы тестирования для проверки знаний и интересное предоставление информации.

Таким проектом является электронно-учебный ресурс для специальности 10.02.05 «Обеспечение информационной безопасности автоматизированных систем». Разработка ЭОР в данном случае является хорошей возможностью обеспечить качественный образовательный процесс у студентов этого направления [2].

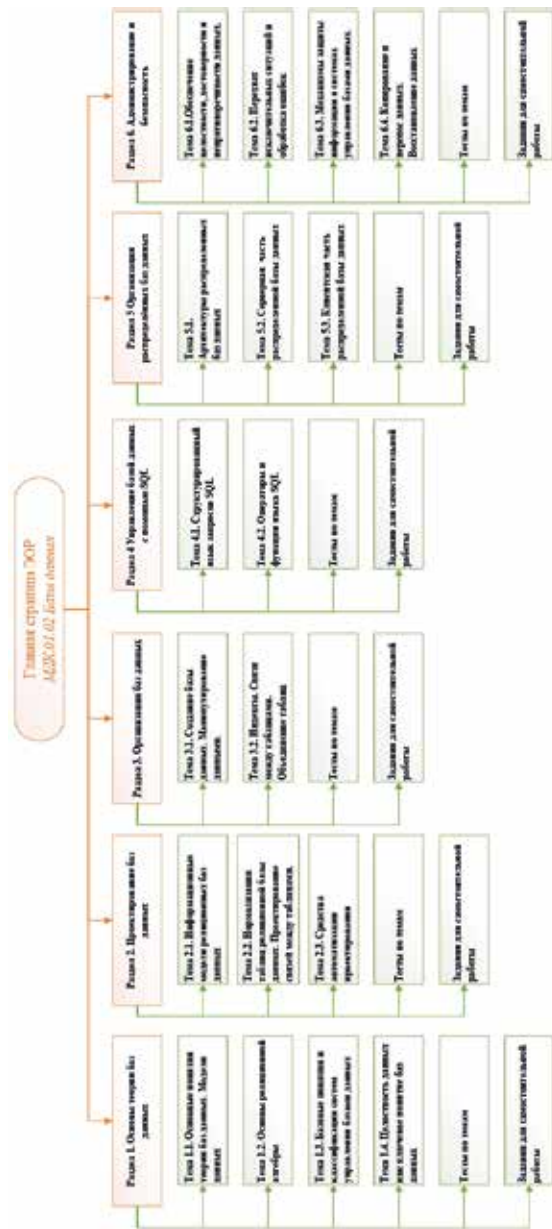


Рис. 1. Структура ЭОР по МДК.01.02 Базы данных



Рис. 2. Дизайн ЭОР по МДК.01.02 Базы данных

Электронный учебный ресурс будет разработан в соответствии с программой учебной дисциплины и тематическим планом преподавателя, размещен на локальном сервере колледжа и доступен для использования студентам специальности 10.02.05. Междисциплинарный курс МДК.01.02 Базы данных состоит из шести разделов, каждый из которых поделен на несколько тем. Общая структура ЭОР представлена на рис. 1.

Учебник представляет собой динамический сайт, написанный на языке PHP. Дизайн сайта имеет спокойную цветовую гамму, элементы имеют удобное и понятное пользователю расположение [3]. Дизайн учебника показан на рис. 2.

Дальнейшие планы по доработке электронных учебников нацелены на улучшение взаимодействия пользователей с образовательными ресурсами, внедрение новейших ИТ-технологий и искусственного интеллекта.

В первую очередь хотелось бы описать разрабатываемые технологии, которые будут внедрены в электронно-образовательные ресурсы в ближайшем будущем.

Идея создания динамического поиска, влечет за собой разработку поисковой системы, спроектированной с нейросетевой технологией. В концепции этой технологии будет реализована функция поиска по изображениям, словам, фразам и отдельным буквам. Нейросеть будет анализировать предоставленную пользователем картинку и искать совпадения на сайте [4].

Умная система тестирования подразумевает собой идею улучшения уже созданной тестовой структуры, путем включения в нее изученных технологий машинного обучения [4]. Такая система будет подстраиваться под индивидуальные интересы и особенности каждого студента, подбирая ему персональный ход тестирования, исходя из ранее отвеченных вопросов и результатов прошлых тестов. Данная разработка является очень важной для студентов нашего колледжа, вследствие ее внедрения будет неременное повышение у учеников успеваемости, работоспособности, внимательности и увлеченности образовательным процессом.

Таким образом, использование электронных учебных пособий в образовательном процессе позволяет глубже изучить материал, познакомиться подробнее с интересующими или плохо усвоенными темами. Различные графические и видео материалы предоставляют наглядную демонстрацию учебной информации [5]. Также такой подход позволит лучше усваивать не только теоретический материал, но и заметно разовьёт практические навыки студентов ИТ-специальностей, при их непосредственном участии в разработке электронных учебников.

Библиографический список

1. **Полуэктова, Н. Р.** Разработка веб-приложений: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Р. Полуэктова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 204 с.
2. **Зараменских, Е. П.** Информационные системы: управление жизненным циклом: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. П. Зараменских. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 431 с.

3. **Беликова, С. А.** Основы HTML и CSS: проектирование и дизайн веб-сайтов: учебное пособие по курсу «Web-разработка» / С. А. Беликова, А. Н. Беликов. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020. — 174 с.

4. **Сычев, А. В.** Теория и практика разработки современных клиентских веб-приложений: учебное пособие / А. В. Сычев. — 3-е изд. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 482 с.

5. **Торопова, О. А.** Анимация и веб-дизайн : учебное пособие / О. А. Торопова, С. В. Кумова. — Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015. — 490 с.

Клейменов Анатолий Романович — студент, кафедра «Информационные системы и защита информации», Тамбовский Государственный технический университет ТГТУ. E-mail: kleimenovt@gmail.com.

Кольцова Мария Вячеславовна — студент, специальность «Информационные системы (по отраслям)», Технический колледж ТГТУ. E-mail: kolts2017@yandex.ru.

УДК 37.08

*Светлана Андреевна Кочурина,
Ольга Олеговна Федорова,
Константин Павлович Захаров*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ТЕОРИЯ САМОДЕТЕРМИНАЦИИ В КОНТЕКСТЕ АДАПТИВНОЙ ОБУЧАЮЩЕЙ СИСТЕМЫ PLARIO

Аннотация. Статья посвящена анализу факторов, оказывающих влияние на мотивацию к обучению в Plario — действующей в России адаптивной обучающей системе. Запрос на исследование вызван необходимостью развития системы мотивации студентов Plario. Теоретико-методологическую основу исследования составляет положение теории самодетерминации о трех базовых потребностях, определяющих внутреннюю мотивацию. Статья отвечает на вопрос, каким образом интерфейс Plario

поддерживает базовые потребности студентов в автономии, компетентности и связанности. Анализ возможностей системы проведен на основе литературного обзора недавних исследований с применением теории самодетерминации в условиях электронного обучения, а также результатов анкетирования студентов Plario. Полученные данные станут ресурсом для совершенствования адаптивной обучающей системы.

Ключевые слова: адаптивная обучающая система, учебная мотивация, теория самодетерминации, студенты.

Svetlana A. Kochurina,

Olga O. Fedorova,

Konstantin P. Zakharov

Peter the Great St. Petersburg

Polytechnic University

SELF-DETERMINATION THEORY IN THE CONTEXT OF PLARIO ADAPTIVE LEARNING PLATFORM

Abstract. The article is devoted to the analysis of the factors influencing the motivation to study in Plario, an adaptive learning platform operating in Russia. The request for research is caused by the need to develop the Plario student motivation system. The article answers the question of how the Plario interface supports the basic needs of students for autonomy, competence and relatedness according to self-determination theory. The analysis of the platform capabilities based on a literature review, as well as the results of a survey of Plario students. The data obtained will become a resource for improving the adaptive platform.

Keywords: adaptive learning platform, learning motivation, self-determination theory, students.

Адаптивные обучающие системы представляют собой автоматизированные образовательные технологии, которые в режиме реального времени реагируют на действия студента и в соответствии с полученной информацией предоставляют ему индивидуальную поддержку [1]. Одной из таких систем, действующих в России, является Plario – разработка компании ENBISYS совместно с Томским государственным университетом. Адаптивность Plario обусловлена наличием индивидуального пути освоения навыков,

который обновляется в ходе решения задач, предложенных системой. Таким образом, процесс обучения представляет собой продвижение по данному пути от освоенных навыков к неосвоенным в соответствии с зависимостями между ними.

Основной задачей Plario при использовании в вузе является выравнивание уровня владения навыками математики, физики или химии студентами 1 курса. Как правило, мотивация студентов к обучению в адаптивной системе обеспечивается, в основном, силами вуза. Однако непосредственно в Plario система мотивации студентов выстроена неоднозначно, без опоры на результаты исследований в этой сфере и диагностику студентов. Вместе с тем, в литературе встречаются исследования [2, 3] it is important to investigate online learner motivation, including its antecedents and outcomes. Drawing on Deci and Ryan's self-determination theory, this study proposed and tested a model for online learner motivation in two online certificate programs (N = 262, в которых применяются различные теории учебной мотивации для оценки возможностей электронной обучающей среды. Одной из таких теорий, которая считается наиболее подходящей в условиях электронного обучения [4], является теория самодетерминации Э. Деси и Р. Райана [5]. В соответствии с ней, у человека постулируется существование трех базовых потребностей – в автономии, компетентности и связанности с другими людьми. Именно эти три врожденные базовые психологические потребности являются важным условием, определяющим внутреннюю мотивацию, а также психологическое благополучие и здоровое развитие личности [6]. Относительно учебной деятельности можно отметить, что условия образовательной среды, поддерживающие эти три базовые потребности индивида, могут оказать положительное влияние на внутреннюю мотивацию. В свою очередь, высокая внутренняя учебная мотивация является предиктором академических достижений [7], активности и вовлеченности, настойчивости и креативности в обучении [4].

Мотивация имеет динамический характер, а значит, совершенствование образовательной среды, например, адаптивной системы, может способствовать ее повышению. Для этого необходимо,

прежде всего, выявить отношение студентов к обучению в данной среде, а затем проанализировать полученные результаты с опорой на литературные данные. В связи с чем, целью данной работы является анализ возможностей адаптивной обучающей системы Plagio на основе теории самодетерминации и результатов анкетирования студентов. Полученные данные составят основу рекомендаций для совершенствования адаптивной обучающей системы.

Для исследования отношения к обучению в адаптивной системе Plagio была разработана анкета, включающая помимо блока социально-демографических характеристик респондента, вопросы о качестве образовательного процесса в адаптивной системе, ее преимуществах, ограничениях и перспективах развития. Анкетирование студентов проводилось в онлайн-формате с использованием Google формы, которая предлагалась студентам непосредственно в системе Plagio сразу после завершения любого обучающего модуля. Данные анкетирования были обработаны с помощью MS Excel, далее полученные результаты будут приведены в % от числа респондентов.

В исследовании приняли участие 103 студента 1 курса Томского государственного университета (62%), Альметьевского государственного нефтяного института (24%) и Томского политехнического университета (14%), которые изучают математику с помощью адаптивной системы Plagio. Возраст большинства студентов составляет 18 лет (75%), число юношей и девушек почти одинаково (52% и 48% соответственно). Респонденты положительно относятся к использованию цифровых технологий в вузе (93%). Работой непосредственно в Plagio студенты также удовлетворены и отмечают удобство (81%) и пользу (74%) от обучения в адаптивной системе. Другие результаты анкетирования будут приведены в следующей части работы, которая посвящена анализу интерфейса Plagio в соответствии с теорией самодетерминации.

В рамках одной из составляющих теории самодетерминации выделяется идея о трех базовых психологических потребностях [6]. Самой важной для функционирования внутренней мотивации считается удовлетворение потребности в автономии, которая

означает потребность чувствовать выбор и контролировать свои действия и поведение. В условиях электронного обучения ее поддержание рассматривается как предоставление студенту возможности самостоятельно контролировать образовательный процесс, например, влиять на расписание и формат обучения, содержание заданий или учебного курса в целом. В Plagio потребность в автономии поддерживается за счет возможности студента самостоятельно выстроить график освоения курса в плане времени и возможности работать в системе с разных устройств. Значимость индивидуального темпа, доступности системы в любое время и в любом месте отмечают около 90% респондентов.

Потребность в компетентности в образовательной среде поддерживается за счет создание ситуации успеха, своевременной обратной связи, оптимальной сложности выполняемых заданий, а также качественных обучающих материалов. В Plagio компетентность студентов поддерживается путем одобрительных комментариев и после выполнения задания, вручения виртуальных кубков по завершении модуля. Кроме того, почти все студенты (97%) считают значимым наличие всех необходимых обучающих материалов в системе. Однако основные затруднения при обучении в Plagio респонденты связывают с большим объемом задаваемых материалов (51%) и сложностью их выполнения без объяснений преподавателя (41%). Можно предположить, что более трети студентов ощущает недостаточную поддержку потребности в компетентности, что говорит о необходимости развивать их чувство уверенности в приобретаемых знаниях. В этом может помочь наличие форума, где будут обсуждаться проблемные вопросы, а также менторов – преуспевающих студентов, готовых поддержать однокурсников.

На данный момент непосредственно в Plagio общения между студентами не предусмотрено – это обеспечивается силами вузов. Вместе с тем, третьей базовой потребностью, влияющей на внутреннюю мотивацию к обучению, является потребность в связанности с другими людьми. В контексте электронного обучения это связано с возможностью коммуникации с другими участниками образовательного процесса в чате, форуме, онлайн-дискуссиях и т. д.

В связи с чем, введение форума или другого инструмента для взаимодействия студентов представляется крайне актуальным. По результатам анкетирования 39% респондентов считают соревновательный игровой механизм взаимодействия студентов в системе перспективным направлением для развития Plagio. Другим обновлением адаптивной системы, по мнению студентов, может стать ввод новых предметов и модулей (40%) и 3D визуализация физических или математических концепций (42%).

Таким образом, обращение к ресурсу учебной мотивации целевой аудитории студентов исключительно важно для построения эффективного образовательного процесса, в том числе, в Plagio. Анализ интерфейса адаптивной обучающей системы позволяет определить достоинства, ограничения и перспективы развития и обозначить рекомендации для ее совершенствования.

Библиографический список

1. **Вилкова К. А., Лебедев Д. В.** Адаптивное обучение в высшем образовании: за и против. — М.: НИУ ВШЭ, 2020. — 36 с.
2. **Прудникова Т. А., Посакалова Т. А.** Зарубежный опыт применения информационно-коммуникационных технологий в целях повышения учебной мотивации // Современная зарубежная психология. — 2019. — Т. 8, № 2. — С. 67–82.
3. **Chen K.-C., Jang S.-J.** Motivation in online learning: Testing a model of self-determination theory // *Comput. Human Behav.* — 2010. — Vol. 26, № 4. — P. 741–75.
4. **Hartnett M.** Motivation in Online Education. — Springer, Singapore, 2016. — 134 p.
5. **Ryan R. M. and Deci E. L.** Intrinsic and Extrinsic Motivations Classic Definitions and New Directions // *Contemporary Educational Psychology.* — 2000. — Vol. 25 — P. 54–67.
6. **Гордеева Т. О.** Теория самодетерминации: настоящее и будущее. Часть 1: Проблемы развития теории // Психологические исследования: электрон. науч. журн.: Электронный ресурс. — 2010. — № 4 (12).
7. **Гордеева Т. О., Сычёв О. А., Осин Е. Н.** Внутренняя и внешняя учебная мотивация студентов: ее источники и влияние на психологическое благополучие // *Вопр. психологии.* — 2013. — № 1. — С. 35–45.

Кочурина Светлана Андреевна — магистрант; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: mrs.kochurina@gmail.com.

Федорова Ольга Олеговна — ассистент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: kunina_oo@spbstu.ru.

Захаров Константин Павлович — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: kzaharov@spbstu.ru.

УДК 37.04

Маргарита Вадимовна Ли
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

РОЛЬ ТЬЮТОРА В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В данной статье рассмотрена возможность реализации тьюторского сопровождения в системе дополнительного образования. Было проведено исследование, целью которого стало выявление запроса на тьюторское сопровождение со стороны обучающихся. Исследование позволило выявить уровень осознанной саморегуляции подростков и определить их уровень карьерно-адаптационных способностей, а также понять, что вызывает наибольшие затруднения при планировании и реализации значимых целей. По результатам анализа удалось установить, что реализация программы тьюторского сопровождения в учреждении дополнительного образования будет способствовать формированию у подростков осознанного отношения к будущему, а также востребованных в современном мире *Soft-* и *Self-skills*.

Ключевые слова: Тьютор, тьюторское сопровождение, дополнительное образование, уровень саморегуляции, карьерно-адаптационные способности.

Margarita Vad. Lee
Peter the Great St. Petersburg
olytechnic University

THE ROLE OF THE TUTOR IN THE SYSTEM OF ADDITIONAL EDUCATION

Abstract. This article considers the possibility of implementation of tutor support in the system of additional education. The aim of the research was to find out the students' demand for tutor support. The research allowed to identify the level of conscious self-regulation of teenagers and determine their level of career-adaptation abilities as well as to understand what causes the greatest difficulties in planning and realization of significant objectives. According to the results of the analysis, it was possible to establish that the implementation of the tutor support program in the institution of additional education will contribute to the formation of teenagers' conscious attitude to the future and also Soft- and Self-skills which are popular in the modern world.

Keywords: Tutor, tutor support, additional education, level of self-regulation, career-adaptive abilities.

Изменения, происходящие в современном мире, отражаются и на системе образования. Основные перемены коснулись школьного образования, однако по словам доктора психологических наук А. Г. Асмолова именно дополнительное образование является зоной ближайшего развития общего образования [1]. Ключевой особенностью дополнительного образования является вариативность образовательной среды, где дети получают возможность включиться в проблемное поле социокультурного развития общества через пробную деятельность. Изучением стратегии развития системы дополнительного образования занимаются такие специалисты, как А. Г. Асмолов, Б. В. Куприянов, С. Г. Косарецкий, А. В. Золотарева. Сегодня термин «дополнительное образование» особенно требует переосмысления, так как для многих обучающихся оно уже является основным.

Современные тенденции развития общества требуют от нынешнего поколения развитых универсальных компетенций и «мягких»

навыков, так называемых *soft skills*: умение работать в команде, креативное и критическое мышление, эмоциональный интеллект и т.д. Но наряду с ними набирают популярность и такие навыки, как *self skills* [2]: умение делать выбор и нести за него ответственность, умение расставлять приоритеты, ставить цели и достигать их, находить ресурсы для реализации поставленных целей, умение отказываться от лишнего, умение рефлексировать полученный опыт. Все эти навыки направлены на саморазвитие личности.

Кроме того, чтобы оставаться востребованным специалистом на рынке труда необходимо овладеть навыками *life-long-learning*. Для успешной адаптации к современным условиям постоянных инноваций не менее важно: развитие самостоятельности, самоорганизации, самоопределения.

Тьютор, как специалист, деятельность которого способствует становлению субъектности личности и направлена на развитие *self skills* учащихся, возникает в связи с повышенным вниманием к качеству массового образования и, реализуя принцип индивидуализации, разворачивает образовательный процесс в сторону учащихся, выводит ученика на субъектную позицию, на соавторство своего образовательного маршрута.

Тьюторская деятельность сегодня действует как в институциональных формах образования, так и в неинституциональных. Все большую популярность тьюторство набирает в частных практиках. Однако дополнительное образование всегда отличалось наличием субъект-субъектных отношений между преподавателем и учащимся [3].

Исследованиями по теме «Тьюторство в системе дополнительного образования» занимаются Сулейманова С., Ганжалова Т. И., Зотова Е. А., Гущина Т. Н. Уже существует несколько программ тьюторского сопровождения в рамках отдельных дополнительных образовательных программ. С целью выявления запроса на тьюторское сопровождение в учреждениях дополнительного образования со стороны обучающихся было проведено исследование, которое строилось на основании комплексного подхода. Сбор информации осуществлялся через онлайн-анкетирование, включаю-

щее в себя анкету «Подросток в системе дополнительного образования», опросник «Стиль саморегуляции поведения» и опросник «Шкала карьерно-адаптационных способностей». В исследовании приняло участие 119 учащихся в возрасте от 13 до 18 лет, имеющих опыт обучения в системе дополнительного образования. Для обработки результатов были использованы такие методы математической статистики, как критерий Краскала-Уоллиса, U-критерий Манна-Уитни и χ^2 критерий Пирсона.

Цель анкетирования: выявить отношения учащегося к системе дополнительного образования через систему вопросов по трем основным модулям: «Осознанность выбора кружка», «Удовлетворенность занятиями» и «Удовлетворенность образовательной средой учреждения» (табл. 1).

Таблица 1

Анкета «Подросток в системе дополнительного образования»

Шкала		% учащихся
Удовлетворенность занятиями	полностью удовлетворены занятиями	16%
	удовлетворены частично	66%
	совсем не удовлетворены	18%
Удовлетворенность образовательной средой учреждения	полностью удовлетворены	13%
	частично удовлетворены	76%
	совсем не удовлетворены	11%
Осознанность выбора кружка	самостоятельно приняли решение	17%
<i>Вопрос</i>		
«Хотели бы Вы, чтобы Вам помогли реализовать Ваши идеи/проекты?»		55% – да
«Если определить роль тьютора как помощника в построении индивидуального образовательного маршрута, нужен ли вам такой специалист в системе дополнительного образования?»		63% – да

Ответы на вопросы дают основание полагать, что больше половины респондентов нуждаются в сопровождении реализации своих интересов.

На статистически значимом уровне при $p = 0,05$ было выявлено, что у учащихся, самостоятельно выбравших объединение, уровень удовлетворенности от занятий и образовательной среды выше, чем у учащихся, на чье решение повлияли родители, друзья или педагоги. Корреляционный анализ подтвердил, что существует прямая связь между уровнем самостоятельности выбора и степенью удовлетворенностью занятиями и результатами обучения.

Также можно сделать предположение, что учащиеся не видят в образовательной среде ресурсности, либо среда не обладает достаточными ресурсами для личностного развития подростков. Основными причинами прекращения занятий в учреждении дополнительного образования учащиеся указали отсутствие времени в связи с увеличившейся нагрузкой в школе и потеря интереса к выбранным кружкам, и только некоторые – достижение необходимого уровня знаний.

Используя опросник «Стиль саморегуляции поведения» В.И. Моросановой [4], получены данные для определения степени освоения современным учеником навыками целеполагания и планирования действий и ресурсов. Исследование показало, что у большинства учащихся (72%) средний уровень осознанной саморегуляции, 21% респондентов имеют низкий уровень и 7% – высокий. Наиболее низкое среднее значение имеют такие шкалы, как «Оценивание результатов» и «Надежность», а наиболее высокое – «Настойчивость». Это позволяет сделать предположение, что у подростков достижение цели больше зависит от их упорства и решительности, нежели от понимания того, куда и как они двигаются.

Опираясь на результаты анализа можно сказать, что наибольшее затруднение у учащихся вызывает моделирование значимых внешних и внутренних условий для достижения цели, так 47% опрошенных имеют показатели по этой шкале ниже среднего зна-

чения. Сравнительный анализ показал, что чем выше уровень саморегуляции, тем выше у подростка осознанность выбора кружка и удовлетворенность занятиями и образовательной средой (уровень значимости при $p = 0,05$).

Для исследования карьерно-адаптационных ресурсов используется опросник «Шкала карьерно-адаптационных способностей» М. Савикаса и Э. Порфели [5]:

Таблица 2

Уровень выраженности карьерно-адаптационных способностей

	низкий	средний	высокий
«Заинтересованность»	40%	51%	9%
«Контроль»	31%	52%	17%
«Любознательность»	35%	56%	9%
«Уверенность»	37%	50%	13%
Интегральный показатель	43%	48%	9%

Данные указывают на то, что подростки мало осознают свое профессиональное будущее и соответственно не готовятся к нему. Также степень принятия личной ответственности за свое профессиональное будущее не высока, как и склонность изучать профессиональную среду, а способность успешно предпринимать необходимые действия для преодоления препятствий, встречается лишь у немногих.

Корреляционный анализ показал, что существует прямая связь (значимость при $p = 0,01$) между уровнем карьерно-адаптационных способностей и тремя шкалами анкеты («Осознанность выбора кружка», «Удовлетворенность занятиями», «Удовлетворенность образовательной средой учреждения»). Это позволяет предположить, что, развивая осознанность выбора кружка, можно способствовать развитию карьерно-адаптационных способностей подростка.

Полученные результаты позволяют собрать некоторый портрет подростка, обучающегося в системе дополнительного образова-

ния, который имеет средний уровень саморегуляции и средние показатели по шкале карьерно-адаптационных способностей, а также видит в среде учреждения дополнительные возможности для своего развития.

Несмотря на «любознательность», которую проявляют подростки для изучения профессиональной среды и ее возможностей, у них пока еще не сформировалось осознанное отношение к их профессиональному будущему. Это позволяет заключить, что существует запрос со стороны обучающихся на тьюторское сопровождение в учреждении дополнительного образования.

Программа по сопровождению построения и реализации индивидуального образовательного маршрута строится по модели тьюторского сопровождения IQ GPRRR, позволяющей не только выявить интерес, но и сформулировать значимую цель, найти необходимые ресурсы, спланировать и реализовать свой проект, от-рефлексировать и встроить полученный опыт в свой жизненный путь. Такая программа предполагает смешанный формат обучения, где индивидуальная работа будет проходить в цифровой среде, а практические тренинги будут реализованы в очном формате [6].

Цифровые инструменты и методики тьюторского сопровождения такие, как Личностно-ресурсное картирование, Портфолио, Пробы и другие, помогут тьютору реализовать представленную модель и развить у подростков все необходимые навыки для самоопределения.

Таким образом, программа тьюторского сопровождения в учреждении дополнительного образования готова восполнить выявленные в ходе исследования дефициты и способствует формированию у подростков Soft- и Self-skills; и именно образовательная среда учреждений дополнительного образования дает возможность ребенку сделать выбор где, с кем и чему ему учиться, а поддерживающая позиция тьютора создает среду формирующую осознанное отношение к выбору направления дальнейшего развития и к будущему в целом.

Библиографический список

1. **Асмолов А. Г.** Дополнительное персональное образование в эпоху перемен: сотрудничество, сотворчество, самотворение // Образовательная политика. — 2014. — Т. 2. — № 64. — С. 2–6.
2. **Ковалева Т. М.** Группа Self skills как компетентностный язык формирования «онтологической заботы о себе» // Тьюторство в открытом образовательном пространстве: языки описания и работы с «самостью» — развитие личности; становление субъектности; формирование self skills. / Материалы XIII Международной научно-практической конференции (XXV Всероссийской научно-практической конференции). / Научные редакторы: Е. А. Волошина, Т. М. Ковалева, А. А. Теров — М.: Ресурс, 2020. — 384 с.
3. **Колосова Е. Б.** Тьюторство в дополнительном образовании. Лекция 7. Учеб.-метод. пособие / Е. Б. Колосова. — М., 2010, 15 с.
4. **Моросанова В. И., Опросник В. И.** Моросановой «Стиль саморегуляции поведения — 2020» / В. И. Моросанова, Н. Г. Кондратюк // Вопросы психологии — 2020. — Т. 66. — № 4. — С. 155–167.
5. **Кондратюк Н. Г., Бурмистрова-Савенкова А. В., Моросанова В. И.** Шкала карьерно-адаптационных способностей М. Савикаса и Э. Порфели: психометрические характеристики русскоязычной версии на выборке подростков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. — 2021. — Т. 18. — № 3. — С. 555–575.
6. **Ковалева Т. М.** Профессия «тьютор» / Т. М. Ковалева, Е. И. Кобыща. — М.-Тверь: «СФК-офис», 246 с.

Ли Маргарита Вадимовна — магистрант, кафедра «Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: margolee94@mail.ru.

Научный руководитель: **Захаров Константин Павлович** — доцент, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики Гуманитарного института, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: kzaharov@spbstu.ru.

УДК 378.4

Семён Сергеевич Нагибин
Пермский национальный исследовательский
политехнический университет

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ HARD, SOFT И META-SKILLS У СТУДЕНТОВ ВУЗА

Аннотация. В современном BANI-мире компании для своей успешной деятельности быстро реагируют на вызовы внешней среды. Работодатели предъявляют к выпускникам ВУЗов требования по наличию актуальных компетенций. Однако, дисбаланс состоит в том, что ВУЗы руководствуются своими образовательными стандартами и не так быстро реагируют на подготовку выпускников. Задачей обеих заинтересованных сторон является развитие hard, soft и meta skills у молодых специалистов для соответствия рынку труда. Синергия в подготовке выпускников поможет решить эту задачу. Цифровые технологии, применяемые в обучении и в студенческих активностях, убыстряют процесс формирования профессиональных компетенций, а также развивают востребованные digital skills. Представлена авторская классификация цифровых технологий для применения в обучении.

Ключевые слова: цифровые технологии, hard, soft, meta-skills.

Semyon S. Nagibin
Perm National Research
Polytechnic University

DIGITAL TECHNOLOGIES IN DEVELOPMENT HARD, SOFT, AND META-SKILLS IN UNIVERSITY STUDENTS

Abstract. In the modern BANI world, companies respond quickly to the challenges of the external environment for their successful activities. Employers make requirements for university graduates on the availability of relevant competencies. However, the imbalance lies in the fact that universities are guided by their own educational standards and do not respond so quickly to graduate training. The task of both stakeholders is to develop hard, soft and meta-skills in young professionals that meet the requirements of the labor

market. Synergy will help solve this problem in the training of graduates. Digital technologies used in teaching and in student activities speed up the process of forming professional competencies, as well as develop in-demand digital skills. The author's classification of digital technologies is presented for use in teaching.

Keywords: digital technologies, hard, soft, meta-skills.

Введение. В сегодняшнем VANI-мире работодатели хотят видеть выпускников, обладающих профессиональными компетенциями с развитыми личностными характеристиками. Понятие «качественное образование» теперь включает не только hard и soft skills, но и такие пока массово не распространенные, как meta skills, а развитые digital skills для работодателей являются существенным преимуществом при выборе кандидатов. По статистике 1 из 3 требуемых навыков относится именно к soft skills.

В Российской Федерации подготовка выпускников ВУЗов проводится в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами, которые включают общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. Современные студенты и выпускники ВУЗов относятся к цифровому поколению – digital natives [1], для которых цифровые технологии являются неотъемлемой частью их жизни. К 2025 году они будут составлять около 25% всей рабочей силы [2]. Следовательно, применение актуальных цифровых технологий в образовательной среде обеспечит заинтересованность студентов и повысит их вовлеченность в профессиональное развитие. Однако, профессорско-преподавательскому составу нужно не только знать о таких технологиях, но и уметь их применять по назначению.

Анализ и прогноз формирования навыков будущего сегодня является одним из самых перспективных направлений в системе профессиональной подготовки [3]. Именно ориентация на актуальные и востребованные компетенции выпускников является для самих выпускников гарантией лучшего трудоустройства, а для университета – гарантией повышения рейтинга, улучшения имиджа, увеличения количества абитуриентов, возможности участия в проектах по стратегическому развитию.

Сегодняшние геополитические, экономические, общественно-социальные изменения внешней среды – VANI-мир с его хрупкостью, тревожностью, нелинейностью, непонятностью и неопостижимостью требует от компаний новых моделей управления бизнесом и сотрудниками. Сейчас руководителям как никогда придется быть эффективными и организовывать работу так, чтобы у компании было будущее – а это появление новых продуктов/услуг и эффективное ведение текущей деятельности. Именно молодые специалисты, относящиеся к поколению Z, имеют другие, порой нетипичные взгляды на многие вещи. Соответственно, изменяется и работа – в новом мире работы реализуются другие подходы в виде проектной деятельности, применяются agile-технологии, удаленная и гибкая занятость, и все это требует организации цифровых рабочих мест.

Изучив современные модели компетенций [4, 2], «Атлас новых профессий» [5], отобразим универсальную модель востребованного молодого специалиста, выпускника ВУЗа на рис. 1.

Под компетенцией понимается «комплексная характеристика готовности человека применять полученные знания, умения и личностные качества в профессиональной деятельности» [6]. В современном менеджменте и HR-менеджменте близким к «компетенции» является термин «skill», который в английском языке означает способность выполнить задачу с предопределенным результатом. «Skill» в английской трактовке шире, чем привычное нам слово «навык», оно входит в название международного движения «WorldSkills», используется при обсуждении навыков будущего.

Основой каждой профессии являются «hard skills» – жесткие навыки, узкоспециальные, необходимые для реализации задач, стоящих перед конкретной профессией или функцией (финансовый анализ, конструирование двигателя, разработка программного продукта). Это навыки получаемой профессии, их легко измерить. В современной компании, как правило, при глубокой экспертизе в одной области, сотрудник должен разбираться в смежных областях, а иногда и выполнять несколько функций, то есть обладать кросс-функциональными компетенциями.

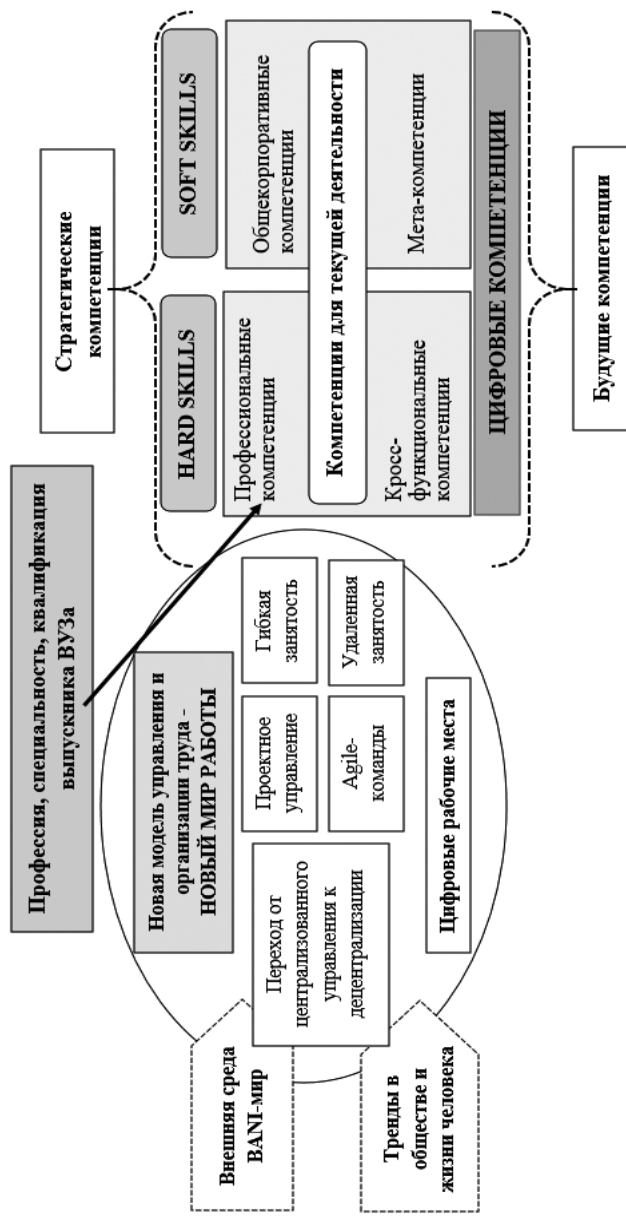


Рис. 1. Универсальная модель компетенций современного выпускника ВУЗа

В сегодняшнем новом мире работы наверно ни один специалист не будет успешен и результативен в своей профессиональной деятельности без быстрой адаптации к новому, гибкости в выборе технологий и методов работы, командной работы, системного мышления и умения решать проблемы, поэтому, «soft skills» – надпрофессиональные навыки равны по значимости для самого человека и компании. Это универсальные навыки – их сложнее измерить. Каждый работодатель отличается уникальными ценностями и видением поведения своих сотрудников, следовательно, соответствие общекорпоративным компетенциям и их развитие является одной из основ при подготовке молодого специалиста для своей компании.

Под мета-навыками понимают общие способности или данные человека, фундаментальные, сквозные, лежащие в основе процессов познания, самонастройки, корректировки поведения и трансформации (осознанность, мышление, развитый эмоциональный интеллект). Приставка «meta-» подразумевает значение «за пределами», «за границами», «сверх», на их основе развиваются любые другие навыки.

В цифровой экономике – деятельности по созданию, распространению и использованию цифровых технологий и связанных с ними продуктов и услуг, цифровые компетенции являются базовыми, независимо от получаемой профессии. Под digital skills понимаются модели поведения, доведенные до автоматизма и основанные на знаниях и умениях использования цифровых устройств, коммуникационных приложений и сетей для доступа к информации и управления ею. Цифровые технологии – это технологии сбора, хранения, обработки, поиска, передачи и представления данных в электронном виде [7]. С одной стороны, в каждой профессии появляется все большее число цифровых решений, относящихся к профессиональной области знаний, способных сокращать трудозатраты человека, выстраивать более эффективные и быстрые бизнес-процессы и коммуникации. С другой стороны, именно цифровые компетенции помогают в освоении профессии благодаря возможности получать знания и навыки без привязки к территории – удаленно; работать в команде, даже если все находятся на разном расстоянии; быть бо-

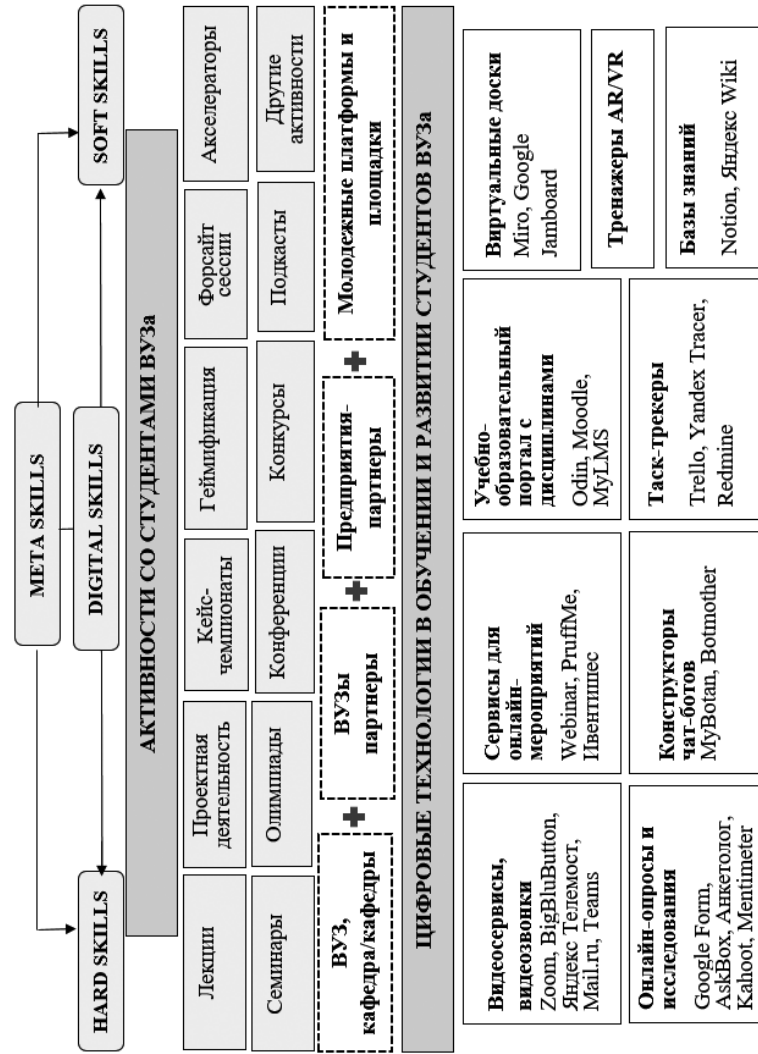


Рис. 2. Цифровые технологии в обучении студентов и развитии их компетенций

лее результативным и эффективным за счет планирования личного времени, применяя специальные программные продукты.

В подготовке актуального выпускника есть несколько заинтересованных сторон – университет, который руководствуется своими стандартами (ФГОС, учебные планы, профессиональные стандарты), на актуализацию которых уходит время, и компания со своим видением будущих актуальных компетенций, которая быстро реагирует на внешние вызовы. Именно синергия в подготовке выпускников позволит получать востребованных специалистов гораздо быстрее. На рис. 2 представлены активности со студентами в процессе образовательной деятельности и возможные цифровые технологии для развития актуальных компетенций.

Применение цифровых технологий в обучении и в различного рода студенческих активностях прежде всего стимулирует интерес благодаря погружению в комфортную для Z-ов среду. С другой стороны, применение цифровых технологий помогает в развитии профессиональных и цифровых компетенций (65% студентов будут выполнять работу, которой еще не существует), а также, хочется надеяться, что влияет на рост удовлетворенности обучением в ВУЗе.

Заключение. Одной из проблем в подготовке актуальных выпускников является разрыв между технологическим прогрессом, развитием цифровой экономики, быстро меняющимися требованиями работодателей к компетенциям выпускников и отставанием ВУЗов в работе со студентами, их подготовке, в создании актуальных учебных программ с применением цифровых технологий. Синергия и современные методы развития hard, soft и meta skills в совокупности с цифровыми технологиями помогут уменьшить такой разрыв. А для этого уже необходимо развивать цифровые навыки профессорско-преподавательского состава ВУЗов. Погружение в такую современную и важную тему применения цифровых технологий при подготовке студентов ВУЗа, является перспективным вектором для дальнейших исследований студентов и преподавателей, а также инфраструктуры университетов. Впечатляет ожидаемый объем мирового рынка EduTech (образовательные технологии) к 2025 году – 404 млрд \$.

Библиографический список

1. **Prensky M.** Teaching Digital Natives: Partnering for Real Learning – Лондон: Corwin, 2010. – 224 с.
2. Россия 2025: от кадров к талантам [электронный ресурс] // BSG. – URL: <https://www.bcg.com/ru-ru/russia-2025-from-staff-to-talent> (дата обращения 25.03.2022).
3. Атлас Новых Профессий [электронный ресурс]. – URL: <https://atlas100.ru/about/> (дата обращения 25.03.2022).
4. Навыки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире [электронный ресурс]. – URL: https://worldskills.ru/assets/docs/media/WSdoklad_12_okt_rus.pdf (дата обращения 25.03.2022).
5. **Варламова Д.** Атлас новых профессий 3.0. – Москва: Интеллектуальная литература, 2020. – 456 с.
6. Навыки будущего [электронный ресурс] // Future Foundation. – URL: https://futuref.org/futureskills_ru (дата обращения 25.03.2022).
7. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение. [электронный ресурс] // Доклад НИУ ВШЭ. – URL: https://www.hse.ru/data/2019/04/12/1178004671/2%20%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf (дата обращения 25.03.2022).

Нагибин Семён Сергеевич – бакалавр, кафедра «Автоматика и Телемеханика», Пермский Национальный исследовательский политехнический университет, Пермь, Россия. E-mail: semenan.nagibinan@gmail.com.

УДК 372.8

Татьяна Борисовна Никифорова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ИСПАНСКОМУ ЯЗЫКУ

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема использования цифровых технологий для организации курса внеурочной деятельности по испанскому языку. Целью статьи является анализ существующих цифровых технологий для организации электронного обучения в школе, в том числе и для организации курсов внеурочной деятельности. В ходе анализа выделяются и описываются характерные особенности цифровых платформ и сервисов с точки зрения преподавания испанского языка как иностранного. Автор приходит к выводу, что для организации внеурочной деятельности по испанскому языку лучше всего подходит комбинирование нескольких цифровых ресурсов, что обеспечивает личностно-ориентированный подход к созданию индивидуальных образовательных маршрутов и повышает вовлеченность школьников в образовательный процесс.

Ключевые слова: электронное обучение, цифровые технологии, внеурочная деятельность, испанский язык.

Tatiana B. Nikiforova
Peter the Great St Petersburg
Polytechnic University

DIGITAL TECHNOLOGIES FOR THE ORGANIZATION OF EXTRACURRICULAR ACTIVITIES IN SPANISH

Abstract. This article discusses the use of digital technologies for the organization of extracurricular activities in Spanish. The article is aimed to analyze existing digital technologies for the organization of e-learning in the school, including for the organization of extracurricular activities. The analysis identifies and describes the characteristics of digital platforms and services in

terms of teaching Spanish as a foreign language. The author concludes that combining multiple digital resources is the best way to organize extracurricular activities in Spanish which provides student-centred approach to the creation of individual educational routes and increases the involvement of pupils in the educational process.

Keywords: e-learning, digital technologies, extracurricular activities, Spanish.

В настоящее время электронное обучение все шире получает распространение в школах. Современные технологии в области образования позволяют проводить уроки с применением различных мультимедиа. Ученики получают информацию в более привлекательной для них форме, что, в свою очередь, приводит к формированию инициативы к образовательному процессу у школьников. Этим достигается повышение качества и доступности общего образования, а также обеспечение качественного дополнительного образования в рамках внеурочной деятельности. [1, с. 5].

Внеурочная деятельность способствует осуществлению дополнительного плана по изучению иностранных языков. Внеурочная деятельность – это отличная возможность освоить те аспекты дисциплины, на которые не хватает времени по графику.

На этом Г. Исланкина акцентирует своё внимание в научной статье «Использование информационно-компьютерных технологий во внеурочной деятельности по иностранному языку» [2]. Автор отмечает, что современные стандарты и требования в сфере образования предусматривают необходимость формирования у школьников не только знаний по основным учебным дисциплинам, но и навыков, которые могут пригодиться в любой жизненной сфере. Чтобы реализовать данную задачу, в образовательном процессе обязательно нужно задействовать современные информационные технологии, позволяющие заинтересовать детей в учёбе.

По предположению Митюна М. А. [3] цифровые технологии представляют собой инструменты, с помощью которых можно помочь как обучающимся, так и преподавателям в развитии учебных возможностей. Цифровые технологии позволяют выполнять

процессы, направленные на перестройку структуры учебных занятий, а также, с помощью них можно поддерживать совершенно любые учебные и методические ресурсы в пределах класса, и за его пределами.

Однако, в ходе анализа основных русскоязычных цифровых образовательных платформ («Учи.ру», «Яндекс.учебник», «ЯКласс», «SkySmart Класс», «Российская электронная школа») стало очевидно, что все они в первую очередь ориентированы на изучение основных школьных предметов, в том числе, на изучение английского языка как первого иностранного.

«Учи.ру», «Яндекс.учебник» и «SkySmart Класс» среди предметов, представленных на платформе, предлагают задания и тестирования только для английского языка.

«ЯКласс», несмотря на то, что в базе представлен только английский язык для изучения, в разделе *редактор предметов* дает возможность создания авторского предмета и авторской рабочей программы с функцией добавления собственных заданий и учебных материалов. Это делает возможным адаптировать данную платформу для организации самостоятельного выполнения школьниками заданий различного типа по испанскому языку. Если ученик выполнил задание неправильно, ему помогут *шаги решения*. Система выдаст подробное объяснение алгоритма решения, а после предложит сделать новое упражнение – для отработки и закрепления материала. Каждый урок состоит из 4 этапов: теория, задание, тест, методические материалы. В разделе *проверочные работы* используется инновация ЯКласс – генератор индивидуальных вариантов заданий.

«Российская электронная школа» представляет собой информационно-образовательную среду, дающую доступ к полному школьному курсу уроков, в том числе и испанскому языку. Однако задания, представленные на платформе, тесно связаны с рабочей программой основного курса по испанскому языку и представляют собой задания для практической отработки лексических и грамматических навыков, вследствие чего дают не полную теоретическую базу в отрыве от основного курса. Также данная плат-

форма не предоставляет возможности добавлять собственные задания и разработки, что является довольно большим минусом при формировании индивидуального образовательного маршрута для школьников.

Изучив сильные и слабые стороны существующих цифровых платформ, мы пришли к выводу о целесообразности комбинирования отдельно взятых цифровых ресурсов для создания оптимальной цифровой образовательной среды для изучения испанского языка в рамках внеурочной деятельности.

Базой для создания такой среды может стать блог (например, Blogger.com от Google). Блог – это веб-сайт, основное содержимое которого представлено в виде регулярно добавляемых записей, содержащих текст, изображения или мультимедиа. Блог позволяет организовать и сгруппировать записи при помощи системы ярлыков, рубрик и хэш-тегов. [4] Система гиперссылок позволяет переходить со страницы блога на сторонние ресурсы, а также интегрировать тестовые, интерактивные и мультимедийные задания, а также презентации с теоретическим материалом.

Для интеграции итеративных заданий можно воспользоваться следующими онлайн-платформами: Quizziz, Kahoot!, Quizlet, Learnis и т.д. Все эти сервисы предоставляют возможность формировать различные тесты, викторины совершенно на разные темы, соответствуя определённым учебным программам. Вместе с этим данные платформы позволяют создавать разные игры интеллектуального характера, а также специальные экспресс-опросы, во время которых учащиеся отвечают на различные вопросы. Эти сервисы прекрасно подходят для закрепления новых лексических единиц. Как известно, хорошо сформированные лексические умения, представляют собой один из самых важных элементов в процессе обучения иностранному языку. Другими словами, этот навык позволяет достичь результата, который представляет собой успешное общение на другом языке.

Еще один сервис, который позволяет создать полноценную цифровую образовательную среду, это сервис «Google Classroom». Чтобы работать с Google Классом, необходимо создать бесплат-

ный аккаунт G Suite for Education для вашего учебного заведения. G Suite for Education позволяет администраторам выбрать, какие сервисы Google будут доступны учащимся, а также обеспечивает дополнительную конфиденциальность и безопасность данных. Google Classroom объединяет полезные сервисы Google, организованные специально для учёбы. На платформе вы можете: создать свой класс/курс; организовать запись учащихся на курс; делиться с учениками необходимым учебным материалом; предложить задания для учеников; оценивать задания учащихся и следить за их прогрессом; организовать общение учащихся [1, с. 13]. Все задания разрабатывает сам учитель, поэтому класс и предмет может быть любой, что идеально подходит для организации занятий внеурочной деятельности по испанскому языку. Это не ресурс с готовыми заданиями, а ресурс с приложениями (сервисами) для разработки заданий учителем. При создании и организации курса будут доступны три основные вкладки: Лента, Задания, Пользователи, Оценки. В *ленте* собирается и отображается актуальная информация по курсу: учебные материалы, объявления, задания, видны комментарии пользователей. Вкладка *задания* позволяет добавить учебные материалы в курс и распределить задания по темам и в необходимой последовательности. В разделе *пользователи* будет список учащихся, присоединившихся к курсу (по коду или добавленных вручную). Код курса отображается в настройках курса. В разделе *оценки* можно просматривать оценки учащихся за все задания, попробовать поработать с критериями оценки, отчетами об оригинальности и синхронизацией оценок в системе информации об учащихся. Диагностика успешности прохождения курса внеурочной деятельности также производится автоматически: учащиеся проходят тесты, созданные учителем, отчет собирается в личном кабинете учителя. Можно установить разный уровень доступа для учеников: они будут видеть в конце после прохождения теста только баллы или еще и правильные ответы для самопроверки и рефлексии. Данный сервис позволяет создавать общие презентации, текстовые документы, таблицы, в том числе и сайты.

Таким образом, можно сделать вывод, что в современных реалиях глобально развивающейся информатизации для организации внеурочной деятельности [5] по испанскому языку, в том числе и индивидуальной, лучше всего подходит комбинирование нескольких цифровых ресурсов, что дает возможность формировать индивидуальные траектории обучения, выдавать учащимся задания разного уровня сложности в зависимости от их индивидуальных способностей, а также интегрировать интерактивные, игровые и мультимедийные задания для обеспечения вовлеченности учащихся в учебную деятельность.

Библиографический список

1. **Самерханова Э. К., Круподерова Е. П., Панова И. В.** Цифровые ресурсы для организации образовательного процесса и оценки достижений обучающихся в дистанционном формате: обзор цифровых ресурсов для дистанционного образования. Н.Новгород: Мининский университет, 2020. 50 с.

2. **Исланкина Г. П.** Использование информационно-компьютерных технологий во внеурочной деятельности по иностранному языку // Обучение и воспитание: методики и практика. 2013. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-informatsionno-kompyuternyh-tehnologiy-vo-vneurochnoy-deyatelnosti-po-inostrannomu-yazyku>.

3. **Митюн М. А.** Преподавание иностранного языка в эпоху цифровизации / М. А. Митюн. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 24 (366). — С. 340–342. — URL: <https://moluch.ru/archive/366/82218/>.

4. **Сысоев П.В.** Вики-технология в обучении иностранному языку // Язык и культура. 2013. № 3 (23). С. 140–152.

5. «Новые информационные технологии во внеклассной и внеурочной работе». URL: <https://forpsy.ru/works/uchebnoe/novyie-informatsionnyie-tehnologii-vo-vneklassnoy-i-vneurochnoy-rabote/> (дата обращения 24.03.2022).

Никифорова Татьяна Борисовна — аспирант, кафедра «Высшая школа лингводидактики и перевода», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: nikiforova.tb@edu.spbstu.ru. Тел.: +79217720383.

УДК 378.1

*Богдан Александрович Паламарчук,
Екатерина Игоревна Макаренко*
Московский автомобильно-дорожный
государственный технический
университет (МАДИ)

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БУДУЩИХ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ (МНЕНИЕ СТУДЕНТОВ)

Аннотация. в статье рассматриваются проблемы применения цифровых технологий (особенно возможности искусственного интеллекта) в образовательной деятельности. Особый упор делается на мнение студентов — будущих разработчиков ИТ-технологий. Данные представления базируются на сигнальном социологическом опросе обучающихся в МАДИ на специальности «Прикладная математика» ($N = 30$). Студенты оценили применение цифровых технологий и искусственного интеллекта как значительную помощь в освоении программ подготовки и отметили такие важные особенности их применения как: быстрый подбор информации, помощь в решении математических примеров, способность к хорошему переводу на иностранный язык и др. Кроме того, представители молодого поколения высказались и о применении цифровых технологий в преподавательском труде, считая, что «цифра» может облегчить и труд учителя.

Ключевые слова: цифровые технологии, искусственный интеллект, обучение, дистанционная подготовка.

*Bogdan A. Palamarchuk,
Ekaterina Ig. Makarenko*
Moscow Automobile and Road
Construction State Technical University

THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN EDUCATION ACTIVITIES IS EXPECTED BY IT SPECIALISTS (STUDENTS' OPINION)

Abstract. The article deals with the problems of using digital technologies (especially the possibilities of artificial intelligence) in educational activities.

Particular emphasis is placed on the opinion of students – the expectation of waiting for IT-technologies. The ideas are based on a signal sociological survey of students in the MADI in the specialty “Applied Mathematics” (N=30). Students appreciated the use of digital technologies and artificial intelligence as a significant help in mastering training programs and noted such important features of their application as quick selection of information, assistance in solving mathematical examples, the ability to translate well into a foreign language, etc. In addition, representatives of the younger generation spoke and the use of digital technologies in teaching, believing that the «digit» can also facilitate the work of a teacher.

Keywords: digital technologies, artificial intelligence, learning, distance learning.

В последние два года студенты и преподаватели столкнулись с новой социальной реальностью: переходом полностью или частично на дистанционные формы обучения. В российском обществе считается, что пандемия Ковид-19 усилила значение и возможности цифрового развития. Когда коронавирус заставил задуматься о самоизоляции, занятия должны были продолжиться для всех учащихся. Произошла очень быстрая мобилизация на платформы, которые позволили проводить занятия дистанционно. Российские школьники и студенты были переведены в оперативные сроки на дистанционное обучение, чтобы избежать риски заражения – это произошло благодаря цифровым технологиям, которые уже были развиты в нашей стране. Например, такие удобные платформы как Microsoft Teams, Discord и Zoom (на них можно проводить занятия, прикреплять задания и дополнительные материалы) и др. Цифровые технологии, которые позволили продолжить обучение многих учащихся в трудный период показывают, что именно они являются неотъемлемой частью будущего и в перспективе применение дистанционных форм обучения будет развиваться. Социологи считают, что можно уже ставить вопрос о цифровом обществе и формировании новой цифровой культуры. Новое «сетевое» поколение, к которому принадлежат студенты, стало прекрасно ориентироваться в информационно-коммуникационных технологиях [1].

Исследования методом контент-анализа, проведенное в МАДИ среди будущих инженеров весной 2020 года – в разгар пандемии показало, что вопросы обучения являлись для студентов приоритетными по сравнению с финансовыми проблемами, изменением социальной коммуникации, места фактического пребывания (отъезд из общежитий) [2]. В этом же ключе обращаются к проблеме дистанционного обучения с использованием цифровых технологий и представители ростовской научной школы [3].

Благодаря цифровым технологиям создан искусственный интеллект, который очень помогает в обучении как студентам, так и преподавателям в поиске обучающих материалов. Искусственный интеллект согласно политическим документам РФ определяется как комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека (включая самообучение и поиск решений без заранее заданного алгоритма) и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые, как минимум, с результатами интеллектуальной деятельности человека [4]. Исходя из определения, мы подчеркиваем основную характеристику искусственного интеллекта – имитацию творческих способностей человека. Д. В. Львов, анализируя «связи в представлениях о социуме и искусственном интеллекте» считает, что «активное обсуждение искусственного интеллекта вплоть до правительственного уровня свидетельствует, что данный технологический феномен уже стал одним из факторов социокультурных изменений» [5]. Как понимаем, во время пандемии системы искусственного интеллекта в значительной степени затронули и систему образования.

В этом плане в феврале 2022 г. авторы данной статьи провели опрос будущих разработчиков и создателей искусственного интеллекта – студентов Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ), осваивающих современные IT-технологии и обучающихся по специальности «Прикладная математика» (N = 30). В рамках опроса была создана онлайн форма (на базе Яндекс) для ответов на вопросы и затем собраны мнения студентов по предлагаемым общим про-

блемам дистанционного образования и внедрения искусственного интеллекта в различные сферы деятельности людей. Необходимо отметить, что вопросы носили открытый характер, поэтому будущие разработчики искусственного интеллекта имели возможность высказать свои мысли в свободной форме.

Первичный анализ ответов студентов показал значительный интерес к дистанционному обучению и применению различных цифровых инструментов. В целом, при кодификации ответов 93% респондентов отметили реальную пользу искусственный интеллект в образовании и посчитали, что искусственный интеллект в будущем сможет и сам стать преподавателем, т. е. обучать самостоятельно (без учителя) и будет очень эффективен в этой сфере. Респонденты отметили упрощение процесса обучения: искусственный интеллект предоставляет возможность подстраиваться под режим обучения студентов.

Данный опрос может послужить первым этапом разведывательного исследования, которое продемонстрирует отношения студентов не только МАДИ, но и других вузов к искусственному интеллекту в обучении в дальнейшем, поскольку технологии искусственного интеллекта с полным правом можно отнести к передовому краю научной и инженерной мысли. Интересно, что подавляющее большинство, участвующих в опросе, однозначно соглашались с данной позицией. Более того, студенты считают: «без искусственного интеллекта был бы сложнее искать информацию и рекомендации очень полезных материалов не всплывали бы»; «математики только считают, а инженеры действуют» (орфография ответивших сохранена – прим. авторов). Студентов привлекает именно инженерия процесса создания искусственного интеллекта и сама профессия инженера-творца нового становится для них интересной. Здесь мы можем наблюдать, актуализацию задач высшей технической школы по подготовки специалистов технических направлений, будущих инженеров. Кроме того, многие представили и такое видение процесса обучения с помощью искусственного интеллекта: «искусственный интеллект запоминает запросы и подбирает самую актуальную информацию, в которых

участники образовательного процесса нуждаются в данный момент». Также респонденты поделились тем, что «искусственный интеллект может решать сложные математические примеры с которыми студенты не могут справиться, он предоставляет пример с подробным решением, что позволяет учащимся разобрать пример и научиться решать его».

Искусственный интеллект позволяет обучаться студентам не только технических специальностей. Этот тезис был поддержан будущими разработчиками. Например, при изучении иностранных языков искусственный интеллект может с помощью фотографии переводить любой печатный текст с любого языка на необходимый, что очень упрощает его изучение и позволяет сэкономить много времени. В ответах респонденты, прежде всего, указали на полезность и точность нахождения необходимой информации, на различные сферы влияния и на обучение по любой специальности.

Все опрошенные посчитали, что эпидемиологическая ситуация последних двух лет только положительно повлияла на развитие искусственного интеллекта. Более того, в дальнейшем молодые люди видят работа-преподавателя в качестве учителя. Однако некоторые отмечают, что им будет сложно «с преподавателем в виде системы», потому что «большинство основывается на зрительном восприятии и изучении материала в виде дискуссии»; «живое общение очень помогает при обучении».

Подводя итог краткого анализа применения цифровых технологий в обучении и преподавании, мы хотим отметить их неотъемлемость в дальнейшем. Также подчеркиваем пользу искусственного интеллекта как весомой части цифровых технологий образования в целом. В этом ключе опираемся на мнение студентов – будущих IT-специалистов: нужно связывать как можно больше обучения с искусственным интеллектом, поскольку это реальная польза в освоении программ высшего образования.

Библиографический список

1. Левашов В. К., Гребняк О. В. Цифровая культура российского общества и государства//Социологические исследования. – 2020. – № 5. – С. 79–89.

2. Макаренко Е. И. К вопросу о социальной адаптации будущих инженеров// Автомобиль. Дорога. Инфраструктура. – 2020. – № 2.[Электронный адрес:]URL: <https://www.adi-madi.ru/madi/issue/view/24>.

3. Ковалев В. В. Онлайн-образование в высшей школе России: фактор разрушения или источник развития?/ В. В. Ковалев, В. В. Касьянов, А. К. Манучарян // Гуманитарий юга России. – 2020. – № 3. – С. 72–91].

4. Указ Президента РФ от 10.10.2019 № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года»).

5. Львов Д. В. Корпоративные и иерархические контексты общественного восприятия искусственного интеллекта // Человек. Общество. Инклюзия. – 2019. – № 3. – С. 68–75.

Паламарчук Богдан Александрович – студент 2-го курса факультета «Автомобильный транспорт» Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ), Москва, Россия. E-mail: bogbog680@gmail.com.

Макаренко Екатерина Игоревна – к. и. н., доцент кафедры социологии и управления Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ), Москва, Россия. E-mail: makarenko_madi@mail.ru.

УДК 378

Махри Парманова

Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого

ПОТЕНЦИАЛ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ГЛОБАЛЬНОЙ СИМУЛЯЦИИ КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ-ИНОСТРАНЦЕВ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РКИ

Аннотация. Актуальность работы состоит в том, что в процессе образования встает вопрос формирования у студентов двух составляющих коммуникативной компетенции: первая составляющая – социокультурная, вторая – лингвистическая. В научной статье описана технология глобальной симуляции, которая используется при обучении иностранцев русскому языку, коротко перечислены основные достоинства данной технологии. Раскрыто понятие глобальных симуляций, а также коротко описана история возникновения данной технологии: ее основоположниками стали исследователи из Франции. Исследователями приводится пример, как можно использовать технологию глобальной симуляции на занятиях русского языка как иностранного. Цель статьи – выработка рекомендаций по применению глобальных симуляций во время преподавания русского языка как иностранного.

Ключевые слова: технология глобальной симуляции, студент-иностранец, социокультурная компетенция, РКИ.

Mahri Parmanova

Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University

THE POTENTIAL OF USING GLOBAL SIMULATION TECHNOLOGY AS A MEANS OF FORMING THE SOCIO-CULTURAL COMPETENCE OF FOREIGN STUDENTS IN RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE CLASSES

Abstract. The relevance of the work lies in the fact that in the process of education, the question arises of the formation of two components of communicative competence among university students; the first component is

socio-cultural, the second is linguistic. The article describes the techniques of global simulation that are used in teaching foreigners the Russian language, briefly lists the advantages of this technology, reveals the concept of global simulations, and also briefly describes the history of the emergence of this technology: its founders were researchers from France. At the end of the article, an example is given of how you can use global simulation in Russian lessons language as a foreign language. The purpose of the article is to formulate recommendations on the use of global simulations during teaching Russian as a foreign language.

Keywords: technology of global simulations, foreign student, sociocultural competence, Russian as a foreign language.

Современная эпоха ознаменована расширением социального пространства, поэтому требования к навыкам общения и профессиональной коммуникации к выпускникам различных высших учебных заведений растут. Главное требования к выпускникам вузов в современных реалиях – способность коммуницировать на профессиональном уровне, как на родном, так и на иностранном языке. Поэтому государственные стандарты в области образования постоянно внедряют в процесс обучения вариативные/интерактивные формы организации занятий, которые моделируют реальные ситуации в процессе коммуникации [2, с. 15]. При обучении иностранному языку (ИЯ), в частности, русскому языку как иностранному (РКИ) может использоваться технология глобальной симуляции. Под технологией глобальной симуляции (ТГС) понимается использование определенного сценария, согласно которому группа обучающихся создает свой театр, свое пространство, свою коммуникативную среду, в которой студенты симулируют языковые функции, релевантные ситуации к окружению [1, с. 90].

Основная цель ТГС – разрешение профессиональной проблемы в процессе коммуникации. Под глобальной симуляцией (ГС) понимается сценарий, по которому группой студентов формируется театр, например, университет, и т. д. Участники живут в этом театре, коммуницируют друг с другом. Тем самым, ГС позволяет формировать как тематическое, так и коммуникативное пространство [1, с. 20].

Основное отличие ГС от других учебных игр – наличие импровизации со стороны студентов во время коммуникации. Студенты используют как коммуникативные, так и социальные навыки, так как ГС формирует искусственное социальное пространство [8, с. 83]. Практика свидетельствует о том, что более «жизненные» роли заставляют студентов глубже «погружаться» в игру, мотивируют их на разрешение коммуникативных вопросов.

ТГС имеет различные вариации. Среди вариаций – перемещение в заданную историческую эпоху, перемещение в определенное географическое пространство и т. д. [7, с. 248]. Студенты-иностранцы могут погружаться в атмосферу определенной страны, например, России, или в определённую историческую эпоху, например, Средневековье. Модель может сочетать разные дисциплины: иностранный язык, географию, историю и др.

Преподаватель при использовании ТГС исполняет следующие основные роли [2, с. 16]: модератор, структурирующий и организующий распределение учебных заданий; организатор пространства в процессе использования технологии; наблюдатель, вносящий коррективу в работу студента; корректор, фиксирующий ошибки студента, устанавливающий их частотность, подбирающий материал для их отработки; эксперт, занимающийся подготовкой языковых задач.

В рамках компетентного подхода [8, с. 156] в процессе ГС преподаватель создает фиктивные рамки в разрезе пространства и времени, помогает студентам заполнять указанные рамки, т. е. создавать аутентичную атмосферу, например, в здании университета, если речь идет о первом курсе обучения РКИ, или стимулировать студентов создавать указанную атмосферу вокруг себя, если речь идет о студентах, более подготовленных в лингвистическом или профессиональном плане.

ТГС подразумевает, как речевую, так и компетентностную подготовку студентов-иностранцев к погружению в выбранные роли [8, с. 156]. Так, первоначально студенты-иностранцы выполняют комплекс лексико-грамматических упражнений, связанных, например, с темой «университет», затем под руководством препода-

вателя они создают собственные персонажи заведения с их отношениями и проблемами, которые пытаются разрешить студенты [6, с. 121].

Изначально ТГС использовалась в рамках обучения французскому языку как иностранному. Основатель ТГС «Les simulations globales» [1] – Френсис Дебизер. Дебизер понимал под главным понятием ТГС следующее: «simulation» – «речевая деятельность обучаемых, осуществляемая в ситуациях, максимально приближенных к реальным, и стимулируемая коммуникативной задачей или проблемой, которые требуют личностного отношения обучаемых к фактам и событиям» [3, с. 41].

ТГС активно применяется во многих странах, в частности на занятиях преподавания немецкого как иностранного, французского как иностранного, РКИ и др. Свое распространение ТГС получила и при обучении иностранцев русскому языку. ТГС способствует более успешной сдаче тестов студентом от базового уровня знания русского языка до третьего сертификационного уровня [2, с. 56].

Под социокультурной компетенцией понимается весь объем знаний о стране языка, который изучает студент, о национальных и культурных особенностях носителей изучаемого языка, способность пользоваться знаниями в процессе коммуникации [1, с. 287]. ТГС может способствовать ускорению формирования социокультурной компетенции в условно исследователем выделенных четырех аспектах, а именно: получение знаний о стране (в нашем случае – России), духовных ценностях, традициях культуры; формирование навыков общения (выбор соответствующих культурному окружению стиля общения); развитие личностного отношения к фактам иноязычной/русской культуры; формирование навыков применения языка, т. е. верного употребления социально маркированных языковых единиц в процессе речи [1, с. 15].

Технология глобальной симуляции (ТГС) состоит из трех основных компонентов: введения, проведения и подведения итогов. На базовом уровне благодаря ТГС студенты пытаются установить и поддерживать контакт с носителем русского языка. При этом они овладевают не только нормативным языковым пластом, но и

другими умениями и навыками, которые позволяют обнаруживать ненормативные новообразования в русском языке. Обучающиеся приобретают возможность классифицировать эти новообразования с позиции экстралингвистических факторов. Для этого студентов-иностранцев на занятиях по русскому языку погружают в аутентичную обстановку: аэропорт, университет и др. [4, с. 45].

Алгоритм проведения ТГС состоит из пяти этапов [5, с. 360]. На первом этапе происходит знакомство студента с основными правилами организации ТГС. Преподаватель описывает определенную ситуацию, в которую будут погружены студенты. Студенты задают вопрос организационного плана по проведению симуляции. Ответы на содержательные вопросы, студенты обязаны найти сами в процессе реализации ТГС. На втором этапе осуществляется организация симуляции, оформление пространства: университет и др. На третьем этапе студентам нужно создать какие-либо вымышленные личности на основе базовых параметров ТГС. Основная задача данного этапа – идентификация студентов и их ролей. На четвертом этапе происходит оживление театра или микрокосмоса. Студенты погружаются в среду, вживаются в свои роли, перевоплощаются в своих героев. Пятый этап – заключительный. На данном этапе студентам, прошедшим предыдущие этапы, нужно организовать круглый стол вместе с преподавателем. Студенты общаются, задают вопросы, сообщают друг другу о своих трудностях в области коммуникации. Пятый этап является рефлексией после погружения в другую реальность. Перед организацией и после проведения ТГС студенты-иностранцы обсуждают и создают конечный ее продукт, который может быть представлен в виде книги, выставки, научной статьи, театральной постановки и др. [7, с. 56].

В заключении можно сделать вывод, что ТГС может использоваться в процессе преподавания РКИ. Главное преимущество ТГС – возможность погружения студента-иностранца в новую социальную искусственно созданную среду. Студенты-иностранцы при использовании ТГС получают возможность коррелировать изучение языка с профессиональным контекстом и социальной средой, что, в свою очередь, способствует приобретению навы-

ков социальной коммуникации на РКИ. В процессе погружения студенты-иностранцы знакомятся с культурой русских людей, их менталитетом, системой ценностей, убеждений и даже культурными особенностями, которые вызывают особый интерес у иностранных студентов.

Библиографический список

1. **Debyser Fr.** L'immeuble. / Fr. Debyser. – P.: Hachette, 1996. – 198 p.
2. **Cali C.** Élaboration de programmes et formation. / C. Cali. -Paris: Français dans le monde, 2004. – 2093 p.
3. **Cicurel F.** La conquête du sens ou la nature métalinguistique de la communication en classe de langue / F. Cicurel //Le Français dans le Monde n.183,. – 1984.– 40–46 p.
4. **Care J.-M.** Inventer pour apprendre – Les simulations globales / J. Care // Die Neueren Sprachen.– 1995. -Bd. 94 (1). – 69–87 p.
5. **Ipatov O.** The impact of digital transformation process of the Russian University/ O. Ipatov, D. Barinova, M. Odinkaya, A. Rubtsova, A. Pyatnitsky// Annals of DAAAM and Proceedings of the International DAAAM Symposium. – 2020. – 271–275 p.
6. **Odinkaya M. A.** Interactiv technology of pedagogical assistance as means of adaptation of foreign first-year students/ M. A. Odinkaya, I. A. Karpovich., Ju.O Mikhailova, A. N. Piyatnitsky, B. Klimova // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. -Ser. “International Scientific Conference “Digital Transformation on Manufacturing, Infrastructure and Service” – 2020. – 120–130 p.
7. **Жигadlo В. Э.** Цифровизация образовательной деятельности в высшей школе в период пандемии/ В. Э. Жигadlo, М. А. Одинокая, А. Н. Пятницкий //Региональная информатика и информационная безопасность. – 2020. – 366–369 с.
8. **Одинокая М. А.** Основы компетентностного подхода в профессиональной подготовке специалиста в российской системе образования: учебное пособие/М.А. Одинокая-Москва. :РУСАЙНС. – 2019. – 218 с.

Парманова Махри – магистр, Высшая школа линводидактики и перевода «Методика преподавания русского языка как иностранного и межкультурная коммуникация», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: mehri.parmanova@mail.ru.

УДК 004

*Артем Маратович Шагиахметов,
Александр Иванович Перепелкин,
Григорий Викторович Шелухов*
Санкт-Петербургский горный университет

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА КАФЕДРЫ НА ОСНОВЕ ЧАТ-БОТА TELEGRAM

Аннотация. Статья посвящена вопросу оптимизации процесса предоставления необходимой учебной и методической информации студентам. В связи с большим количеством обучающихся и различных учебных материалов и ограниченными возможностями кафедры, возникает потребность в создании доступного инструмента, обладающего мобильностью, информативностью, способностью быстрого реагирования на возникающие вопросы. В статье описывается чат-бот, отвечающий на запросы пользователем информации о расписании учебных занятий в университете, а также предоставляющий различные методические материалы. Такой инструмент будет способствовать повышению уровня информативности обучающихся и преподавателей, а также поможет кафедре минимизировать количество поступающих вопросов и времени, затрачиваемого на формирование и оформление пользующихся спросом данных.

Ключевые слова: информация, чат-бот, база данных, скрипт, оптимизация.

*Artem M. Shagiakhmetov,
Alexander I. Perepelkin,
Grigory V. Shelukhov*
Saint-Petersburg Mining University

AUTOMATED INFORMATION SYSTEM OF THE DEPARTMENT BASED ON THE CHAT-BOT TELEGRAM

Abstract. The article is devoted to the question of searching, obtaining and bringing the necessary educational and methodological information to the students of the university. The article describes a chatbot that responds to

requests for information about the schedule of classes at the university, as well as about educational materials from the user. Such a tool will help to increase the level of the information content of students and teachers, and will also help the department to minimize the number of questions and time spent on the formation and processing of data in demand.

Keywords: information, chatbot, database, script, optimization.

Проблема накопления и не структурированности информации становится все более актуальной в наши дни. Учебно-методические материалы во всем их многообразии также представляют собой большой массив данных, доступ к которым порой либо тяжело получить ввиду различных ограничений, либо тяжело найти среди огромного количества устаревшей и потерявшей актуальность информации. Именно эти данные являются неотъемлемой частью образовательного процесса в высшем учебном заведении.

Для решения поставленной проблемы в статье предложен вариант решения с использованием набирающей популярность технологии чат-ботов в социальной сети «Telegram».

Чат-бот – это форма разговорного искусственного интеллекта, предназначенная для упрощения взаимодействия человека с компьютерами. Используя чат-ботов, компьютеры могут понимать и реагировать на приход человека через устную или письменную речь [1].

Сегодня чат-боты повсеместно заменяют собой службы поддержки всевозможных сервисов. Оптимизируется множество информационных процессов: регистрация заявок, ответы на вопросы клиентов, покупка и продажа товаров и т.д. Чат-боты могут успешно применяться во всех сферах жизни, включая и учебную деятельность. Зачастую важная информация, касающаяся обучения, теряется в огромном массиве данных, ссылок, файлов. Вследствие чего студенты и преподаватели тратят свое время на поиски и анализ нужных материалов.

В настоящее время чат-боты помогают оптимизировать работу, охватывая один из важнейших аспектов ведения информационной деятельности – ответы на вопросы пользователя и выдача данных по запросу. Виртуальный собеседник может имитировать

деятельность информационной службы, тем самым, освобождая различные структуры от нагрузки. Использование данного инструмента внутри вуза может помочь ученикам и преподавателям оперативно получать информацию об актуальном расписании пар по группам и преподавателям, а также содержанию практик, включая методические материалы по ним и сроки их проведения до конца обучения. Преимуществом использования бота для получения этой информации является максимальная простота запроса от пользователя: достаточно знать только шифр группы или фамилию нужного преподавателя. В сравнении с поиском данных из открытых источников, бот в разы ускоряет этот процесс, исключая необходимость загрузки файла с расписанием либо сроками практик целого потока, так как программа выдает только точечную и необходимую информацию, касаемую запроса пользователя.

Для автоматической работы бота необходимо его подключение к серверу и определённой базе данных. Реализация этих функций может быть найдена в использовании Google Sheets – программе для работы с электронными таблицами, входящей в состав бесплатного веб-пакета редакторов документов Google [2]. Функционал программы позволяет работать с таблицей несколькими редакторам одновременно при предоставлении доступа нужным аккаунтам. Заполненная в таблицу по форме информация автоматически отправляется в мессенджер Telegram чат-ботом, суть работы которого заключается в скрипте, сохраненном в Google Script (также известный как Google Apps Script) – платформе для разработки приложений, основанной на языке JavaScript [3], которая позволяет интегрировать все используемые сервисы Google Cloud, в том числе и Google Sheets [4]. Связь базы данных с мессенджером основана на использовании технологии API (application programming interface) – наборе готовых классов, функций, процедур, структур и констант. Вся эта информация предоставляется самим приложением (или операционной системой), технология обеспечивает взаимодействие модулей. Цель предоставленной информации – использование этих данных при взаимодействии с внешними программами [5].

Алгоритм работы программы следующий: после того, как бот принимает от пользователя сообщение, программа обрабатывает и сравнивает его с установленными данными, отправляя по итогу необходимую информацию. Затем бот создает клавиатуру на основе сообщений пользователя, информация для которой берется из базы данных. По результатам выдается вся необходимая информация, расписание группы и преподавателей выдается только на сегодняшний день, что облегчает и ускоряет определение актуальной информации пользователем.

Клавиатура представляет собой массив с переменными компонентами (активными клавишами). Для того, чтобы бот мог определить в каком режиме ему работать (предоставление информации о расписании или о практиках), введены специальные переменные в коде, которые задают его функционал в зависимости от запроса пользователя.

Таким образом, в результате написания статьи был рассмотрен чат-бот, в заданном пользователем режиме выполняющий ряд действий с помощью интерфейса мессенджера «Telegram». Время, необходимое для поиска учебной информации пользователем, сокращается до 10-15 секунд, а время отклика бота на запрос составляет порядка 1-2 секунд. Интерфейс и функционал визуально понятен и прост. Применение программы поможет оптимизировать работу кафедры, факультета, университета.

Библиографический список

1. SAS Insights. Ссылка доступа: https://www.sas.com/ru_ru/insights/articles/analytics/what-are-chatbots.html (дата обращения: 23.02.2022).
2. Google Таблицы. Ссылка доступа: https://www.google.com/intl/ru_ru/sheets/about/ (дата обращения 23.02.2022).
3. Справка Google Таблиц. Ссылка доступа: <https://support.google.com/docs/answer/46977?hl=ru&co=GENIE.Platform%3DDesktop> (дата обращения 23.02.2022).
4. Google Формы. Ссылка доступа: <https://www.google.ru/intl/ru/forms/about/> (дата обращения 23.02.2022).
5. API. Ссылка доступа: <https://www.wiki.rookee.ru/api/amp/> (дата обращения 23.02.2022).

Шагиахметов Артем Маратович – доцент кафедры «Разработка нефтяных и газовых месторождений», Санкт-Петербургский горный университет, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: Shagiakhmetov_AM@pers.spmi.ru.

Перепелкин Александр Иванович – специалист, кафедра «Разработка нефтяных и газовых месторождений», Санкт-Петербургский горный университет, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: sasha.perpelkin.02@mail.ru.

Шелухов Григорий Викторович – специалист, кафедра «Разработка нефтяных и газовых месторождений», Санкт-Петербургский горный университет, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: gsheluhov@mail.ru.

УДК 372.881.111.1

*Елена Александровна Чекомасова,
Марина Самуиловна Коган*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

АПРОБАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПМО «ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ» С ПОМОЩЬЮ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЫ «СБЕРКЛАСС»

Аннотация. Данная статья посвящена анализу персонализированной модели образования как способа трансформации традиционной формы обучения, характеристике самостоятельного планирования образовательного маршрута учеником посредством использования цифровой платформы «Сберкласс» на средней ступени обучения. В статье приведен анализ опроса 17 учителей английского языка Санкт-Петербурга, работающих по программе ПМО в средней школе с 5 по 9 классы, а также результаты интервью учителей других дисциплин ГБОУ СОШ № 86. Исходя из полученных опроса и наблюдения использования платформы были проанализированы достоинства и недостатки цифровой платформы. Обсуждаются возможности оптимизации процесса обучения и работы с платформой.

Ключевые слова: персонализированное обучение, смешанное обучение, информационно-коммуникационные технологии, мотивация, шкалированные цели.

*Elena Alek. Chekomasova,
Marina S. Kogan*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

**«SBERCLASS», A SCHOOL-BASED DIGITAL PLATFORM.
APPROBATION OF PME «PERSONALIZED MODEL
OF EDUCATION»**

Abstract. This article deals with the analysis of personalized model of education as a way of transforming traditional education, characteristics of students' independent planning of educational route through "Sberclass" digital platform at the secondary level of education. The article presents an analysis of a survey of 17 Saint Petersburg English teachers who worked with PME in secondary schools from 5 to 9 grades and the results of an interview with the teachers of other disciplines. The advantages and disadvantages of the digital platform were analyzed based on the survey and observation. According to the colleagues' experience of using the platform, it is possible to find ways to optimize the learning process with the platform.

Keywords: personalized learning, blended learning, information communication technologies, motivation, scaled objectives.

Современные методики преподавания напрямую связаны с технологической модернизацией процесса обучения. Новейшие разработки и последние достижения в области технологий позволяют учителям и преподавателям строить учебный процесс, учитывая индивидуальные особенности учеников, формируя и совершенствуя учебные навыки, полагаясь на продуктивность, удобство и эргономичность применения интернет-ресурсов в условиях современного информационного общества. В связи с активным развитием электронного обучения и появлением огромного разнообразия ресурсов, в т. ч. разных интернет-платформ, учитель сталкивается с проблемой отбора нужных и эффективных ресурсов по дисциплине. Для решения данной проблемы создаются всероссийские платформы, которые могут облегчить работу современного учителя.

С 2020 в ряде регионов Российской Федерации запущена программа «Цифровая платформа персонализированного образования для школы» (далее – ПМО) в рамках национального проекта «Образование» по поручению Президента РФ [1]. Целью данной программы является трансформация современной школы таким образом, чтобы каждый ученик смог получить персональное, интересное и современное образование и овладеть навыками, необходимыми для реальной жизни.

Основой программы является персонализированный подход в образовании – способ проектирования и реализации образовательного процесса, в котором ученик является субъектом учебной деятельности. Базовым положением персонализированного подхода выступает то, что процесс развития и обучения проходит легче и лучше, если ученик мотивирован, активен и его индивидуальные особенности учтены. Обучающемуся представлена возможность планировать собственную образовательную траекторию, выбирать и ставить учебные цели, управлять темпом и временем обучения, выбирать задания, способы их решения и проверки. Персонализированный подход фокусируется на развитии у учеников навыков 21 века, а именно: умения ставить цель и достигать ее, работать в команде, развитии креативного и критического мышления. [2]

Цифровая платформа «Сберкласс» стала инструментом реализации персонализированного подхода. Платформа является удобным и эффективным средством планирования и организации учебного процесса. Предполагается, что учащиеся смогут максимально эффективно использовать свое учебное время и получать оперативную обратную связь по результатам достижения целей. [3] Учителю отводятся следующие роли: наставник, тьютор, навигатор в образовательном процессе.

Согласно Л. С. Выготскому, каждый ребенок обладает своей зоной ближайшего развития, своими интересами и стилем работы [4]. Ребенку требуется возможность выбора уровня сложности, типа заданий и темпа освоения учебного материала. Ученику необходимы ориентиры: какие цели должны быть достигнуты в

целом, каких результатов требуют государство и образовательная организация. Образовательные цели должны быть разноуровневыми и показывать: чего необходимо достичь, какие элементарные знания и умения нужно освоить для этого и как можно применять достигнутые результаты и развивать их в дальнейшем. Шкала учебной цели – это структурированный по уровням ожидаемый результат. В ПМО цели распределены по уровням познавательной сложности учебных задачи, опираясь на методику Р. Марзано [5]. Успех, достигнутый при выполнении более сложной цели, способствует повышению мотивации ученика выбирать более сложные цели в дальнейшем. Прохождение целевого (3.0) и сверхцелевого (4.0) уровней требует достаточно много времени, примерно от 5 до 7 часов. Предметное содержание структурировано в учебные модули, продолжительность которых составляет от 3 до 12 часов (как в классе, так и дома). Каждый элемент цели сопровождается заданиями на выбор и материалами для самопроверки [6].

Учебный контент, который предоставляет Цифровая платформа, отобран в соответствии с требованиями ФГОС (федерального государственного образовательного стандарта) [7]. Модули не разрабатываются по определенным учебно-методическим комплектам. Темы, продолжительность и содержание модулей ориентировано на общие темы по годам обучения. Перед началом работы учителям предлагается ознакомиться с представленными модулями, модифицировать их содержание или изменить содержание своей рабочей программы.

В данном исследовании описываются результаты апробации платформы «Сберкласс», которая включала:

- знакомство с платформой учителей летом 2020 г.;
- подготовку к работе с платформой классным руководителем осенью 2020 г., и работу обучающихся 5 класса (29 человек) с платформой в 3 четверти 2020/2021гг;
- интервью с преподавателями других дисциплин, участвовавших в апробации платформы «Сберкласс», в рамках которого они устно отвечали на вопрос о достоинствах и недостатках платформы для их дисциплины;

– наблюдение за использованием платформы на уроках по английскому языку;

– участие в Круглом столе «Организация работы в СберКлассе», проведенном в Петроградском УМО в апреле 2021 г. и анкетирование участников Круглого стола.

В апреле 2021 года учителя Петроградского района приняли участие в обсуждении проблем, связанных с работой по программе ПМО на районном круглом столе «Организация работы в СберКлассе». В ходе обсуждения выяснилось, что многие учителя не могли полноценно работать с платформой из-за расхождения материала модулей и рабочих программ.

В связи с этим, был проведен опрос учителей, принимавших участие в обсуждении (17 человек), с целью выявить главные трудности и недостатки платформы, найти пути решения проблем и понять, как оптимизировать работу с платформой в будущем. Опрос содержал 12 вопросов.

На вопрос «Как часто вы работаете с платформой», большинство учителей (10 человек, 58,8%) ответили 1 раз в неделю; по 11, 8% (2 человека) опрошенных используют платформу на каждом уроке, через один урок или только для итоговых контрольных работ.

Одна из проблем связана с разработкой модулей. На вопрос «Создаете ли вы модули самостоятельно» были даны следующие ответы: 9 из 17 учителей (52,9%) используют готовые авторские модули, в то время как 5 учителей (29,4%) разрабатывают каждый модуль самостоятельно в соответствии с УМК или же используют авторские модули с последующей корректировкой. 3 учителя (17,6%) из 17 используют только глобальные модули. Полученные ответы говорят о том, что глобальных модулей не так много, учителя используют авторские модули без проверки содержания методистами и разработчиками.

Следующий ряд вопросов затрагивал темы содержания УМК и организации работы в классе. 11 человек (64,7%) заявили, что темы УМК частично отражены в учебных материалах, в то время как 5 человек (29,4%) ответили, что смогли найти только несколько тем своих УМК и только у одного человека все темы были отражены в

учебных материалах. Среди ответов на вопрос, удаётся ли организовать работу в парах или группах, индивидуально с платформой на уроках, встречались следующие ответы: «Нет, в школе нет условий для организации работы с платформой», «В школе слабая сеть Интернет и платформа работает с нестабильно», «Получается организовать все виды работы».

По программе ПМО ученик должен пытаться самостоятельно выстраивать своей образовательный маршрут, тем не менее, 10 учителей (58,8%) ответили, что ученикам задания назначаются учителем автоматически и 7 учителей (41,2%) заявили, что ученики способны самостоятельно планировать работу с модулем.

Из преимуществ платформы учителя отметили интересные задания, нацеленность на результат, ребятам нравится работать в своем темпе, возможность передать частично ученикам ответственность за свой процесс обучения, обучение учащихся происходит эффективнее с помощью информационно-коммуникационных технологий.

Учителя также указали на следующие недостатки: проблема входа на платформу из-за технических ошибок платформы; для разработки модулей требуется достаточно большое количество времени и сил; многие модули после добавления в планирование оказались заблокированными без возможности редактирования. Также были выявлены недостатки в автоматической проверке: система не выделяет/фиксирует конкретную ошибку в задании, например, на заполнение пропусков предложенными словами, а отмечает всё задание выполненным неправильно. В результате ученику приходилось переделывать задание снова полностью/целиком, что сильно замедляло процесс, и отрицательно влияло на мотивацию учащихся работать с платформой.

Интервьюирование коллег школы 86 позволило узнать, что предоставленные задания по русскому языку и математике были разнообразными и интересными, проверочные работы были доступны на каждом из уровней, учитель и ученик могли самостоятельно редактировать свои модули. Однако, они также указали на следующие недостатки: учащиеся 10-11 лет испытывали трудности

в работе с компьютерами, многим нужна была индивидуальная помощь учителя, не все ребята могли осознанно поставить перед собой цель. Полноценная и продуктивная работа с платформой проводилась только в классе в урочное и внеурочное время, так как дома у некоторых ребят не было технической возможности или они не были достаточно самоорганизованы и мотивированы.

Данный опрос и опыт работы с платформой позволили сделать вывод, что для успешного массового внедрения системы работы ПМО и цифровой платформы в школы, требуется системная доработка содержания учебных материалов, необходимо дать возможность учителям самостоятельно составлять свои модули, добавляя предложенный методистами материал по категориям «Grammar», «Vocabulary», «Writing», «Listening», «Speaking». В соответствии с этим и самим ученикам будет легче выстраивать свой образовательный маршрут, исходя из своих интересов, проблемных моментов и поставленных целей. Учителям требуется более практико-ориентированное обучение по работе с системой ПМО для избегания ошибок в методике преподавания.

Библиографический список

1. Поручение Президента РФ от 30.01.2019г. №Пр-118 «О проведении в 2019/2020 учебном году апробации цифровой платформы персонализированного обучения, обеспечивающей реализацию индивидуальных траекторий обучения и оценки результатов, на базе организаций, реализующих программы основного общего образования, не менее чем в 5 субъектах Российской Федерации»[Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/acts/assignments/orders/59758> (дата обращения: 22.03.2022).
2. **Попов Е. Б.** Гуманистическая педагогика: история, реальность, перспективы. 2005. СПб.: Экспресс, 320 с.
3. **Ермаков Д. С., Кириллов П. Н.** Персонализированная модель в цифре// Образовательная политика 2019. № 3 (79). С. 132–141.
4. **Выготский Л. С.** Педагогическая психология краткий курс// Работник просвещения – Москва – 1926 [Электронный ресурс]. — URL:<https://a-mov.ru/books/vygotskij-pedagogicheskaja-psihologija.html> (дата обращения: 21.03.2022).

5. **Marzano R., Kendall J.** The new taxonomy of educational objectives. Thousand Oaks, CA: Corwin Press, 2007. XIV, 378 p.

6. **Казакова Е. И.** Шкалирование учебных целей в персонализированной модели образования: методическое пособие/ АНО «Платформа новой школы». — М., 2019. — 48 с.

7. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.12.2010 № 1897 [Электронный ресурс]. — URL: <https://docs.edu.gov.ru/document/8f549a94f631319a9f7f532748d09fa/> (дата обращения: 19.03.2022).

Чекомасова Елена Александровна — магистр, Высшая школа лингводидактики и перевода Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: eryomenko.hellen@gmail.com.

Коган Марина Самуиловна — к. т. н., доцент Высшая школа лингводидактики и перевода Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: kogan_ms@spbstu.ru.

УДК 316.324

Алексей Вадимович Яхненко,

Олег Анатольевич Судоргин

Московский автомобильно-дорожный
государственный технический
университет (МАДИ)

ВЛИЯНИЕ ИНЖЕНЕРИИ НА РАЗВИТИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Аннотация. В статье предлагается определение понятий «инженерия» и «искусственный интеллект». Авторами признается, что разработка технологий искусственного интеллекта базируется на инженерной мысли его разработчиков. В работе выделяются основные направления исследования процесса влияния инженерной деятельности на развитие различных форм искусственных интеллектуальных систем: потребности в хорошо

подготовленных специалистах, правовое обеспечение разработок, разработка мер по защите персональных и личных данных, финансовые сложности, просчет социальных рисков и др. В работе используются данные опроса студентов Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ), будущих IT-специалистов, проведенного авторами онлайн на основе Яндекс-формы в феврале 2022 г., в т. ч. по вопросам использования искусственного интеллекта в инженерии.

Ключевые слова: инженерия, искусственный интеллект, студенты, IT-специалисты.

Alexey V. Yakhnenko,

Oleg A. Sudorgin

Moscow Automobile and Road
Construction State Technical University

THE INFLUENCE OF ENGINEERING ON THE DEVELOPMENT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Abstract. The article offers a definition of the concepts of «engineering» and «artificial intelligence». The authors admit that the development of artificial intelligence technologies is based on the engineering thought of its developers. The paper highlights the main areas of research of the process of the influence of engineering activities on the development of various forms of artificial intelligent systems: the need for well-trained specialists, legal support of developments, the development of measures to protect personal and personal data, financial difficulties, miscalculation of social risks, etc. The paper uses data from a survey of students of the Moscow Automobile and Road Construction State Technical University, future IT specialists, conducted by the authors online on the basis of a Yandex form in February 2022, including on the use of artificial intelligence in engineering.

Keywords: engineering, artificial intelligence, students, IT specialists.

В декабре 2020 года Президент Российской Федерации В.В. Путин назвал искусственный интеллект основой для нового рывка в развитии человечества [1]. Так же было отмечено, что искусственный интеллект будет проникать во все сферы жизни, во все отрасли науки и техники. Под искусственным интеллектом мы пони-

маем систему или машину, способная подражать человеческому поведению для выполнения конкретных задач.

Особенностью искусственного интеллекта, которая отличает его от обычного алгоритма, является тот факт, что машинный интеллект может со временем обучаться, используя полученную информацию. А машинное обучение – это уникальный тип искусственного интеллекта, который позволяет компьютерам обучаться без необходимости их дополнительного программирования, прежде всего потому, что алгоритмы обучаются и развиваются независимо от получения новых данных. В свою очередь, глубокое обучение – это разновидность машинного обучения и представляет собой набор нейронных сетей, которые самообучаются на основе большого набора данных. Нейроны, составляющие нейронные сети, похожи на строение человеческого мозга. Они определяют функции в наилучшей степени подходящие под классификацию и решение задач.

Научное обоснование искусственного интеллекта тесно связано с инженерно-математическими направлениями и инженерным делом. Инженерное дело (инженерия) – область человеческой интеллектуальной деятельности, дисциплина, профессия, задачей которой является применение достижений науки, техники, использование законов физики и природных ресурсов для решения конкретных проблем, целей и задач человечества [2]. При определении инженерии мы акцентируем внимание на области человеческой интеллектуальной деятельности и понимаем, что без инженерной мысли нельзя ставить вопрос о дальнейшем продвижении искусственного интеллекта [3].

Выделим ряд проблем в инженерной деятельности людей, которые, по нашему мнению, могут повлиять на развитие искусственного интеллекта:

- потребность в хорошо подготовленных в цифровом плане специалистах;
- правовое обеспечение разработок;
- разработка мер по защите персональных данных;
- усиление финансирования разработок интеллектуальных систем;

– увеличение подготовки инженеров по информационным направлениям;

– создание условий для работы специалистов;

– просчет социальных рисков;

– ознакомление с мировым опытом в создании искусственных интеллектуальных систем и др.

В этом плане интересно обратиться к пониманию проблем, связанных с искусственным интеллектом, будущих его разработчиков и создателей – студентов, осваивающих современные IT-технологии. В феврале 2022 года авторами был проведен сигнальный онлайн опрос студентов на базе Яндекс-формы МАДИ (N=30), обучающихся по специальности «Прикладная математика». Данный опрос может послужить первым этапом разведывательного исследования о проблемах формирования и внедрения искусственного интеллекта в российском обществе в дальнейшем. Интересно, что подбавляющее большинство будущих разработчиков искусственного интеллекта, участвующих в опросе, однозначно соглашались с позицией о необходимости больше развивать современную инженерию. Более того, они считают: «без инженеров там вообще делать нечего, кто-то должен генерировать и выстраивать цепочки»; «математики только считают, а инженеры действуют». Известно, что профессия инженера связана с технической деятельностью и предполагает изобретательство, усовершенствование различных механизмов. «Искусственный интеллект – это тот же механизм, которые создали инженеры», – считает один из опрошенных. Студентов привлекает именно инженерия процесса создания искусственного интеллекта и сама профессия инженера-творца нового становится для них интересной. Здесь мы можем наблюдать, актуализацию задач высшей технической школы по подготовки специалистов технических направлений, будущих инженеров.

Следует отметить, что инженерное дело более увлекало юношей, чем девушек. Одна из студенток так выразила общее мнение женской части опрошенных: «Мы, если и будущие инженеры, то, прежде всего будущие специалисты по IT-технологиям, а в интеллектуальном развитии ничуть не уступаем мужчинам». Представительница другой

студенческой группы посчитала, что «инженер — это мужская профессия, а мы — «айтишники», и это вне пола». Видим, что сильны еще гендерные стереотипы об инженерной профессии.

Стоит обратиться к данным социологического опроса, проведенном сервисом по поиску работы SuperJob среди родителей детей в возрасте до 17 лет на тему того, какую карьеру они видят для своих сыновей и дочерей. В опросе участвовало 1000 россиян из 256 населенных пунктов. Выяснилось, что 26% россиян хотят, чтобы их сыновья работали в сфере IT. При этом позиции IT-специалистов у своих сыновей занимают первое место среди предпочтений родителей. Что же касается дочерей, то в этой отрасли их видят 11% родителей, а вот 26% респондентов отдадут предпочтение медицинской сфере. И лишь 6% хотят, чтобы карьера дочери была связана с экономикой, 5% — с индустрией спорта или юриспруденцией, 4% — со строительством, МЧС или силовыми структурами [4]. Как видим, инженерия в плане создания новых интеллектуальных систем становится все более популярной в российском обществе.

Анализируя проблемы взаимосвязи искусственного интеллекта и инженерной деятельности понимают студенты и особенности регионального характера. Многие отметили нехватку не только квалифицированных специалистов во многих регионах нашей страны, но и отсутствие необходимого оборудования. Например, были представлены такие высказывания: «в заполярье нет компьютеров и высококвалифицированных специалистов. Эта проблема, которая и делает колоссальный технологический разрыв между столицей и дальними регионами»; «я сама не из Москвы, а мои родители инженеры, но не работают по специальности — у нас негде» (орфография студентов сохранена). На проблему неравномерности социально-экономического развития в региональном плане, отсутствие высококвалифицированных инженеров на местах указывают и ведущие социологи М. В. Черныш [5] и Г. А. Ключарев [6].

Обращаясь к анализу данных опроса отмечаем, что молодых людей волнуют и проблемы защиты персональных данных, социаль-

ной ответственности, гуманитарных рисков, связанных с внедрением искусственного интеллекта. В частности, первокурсник высказал такое пожелание: «каждому гражданину нашей замечательной страны нужно понимать неизбежность технологического прогресса и также понимать, что отрицание прогресса не сделает жизнь легче, а только усложнит ее. Поэтому ответственность каждого человека — это понять, как обуздать технологический прогресс и жить в полной гармонии вместе с ним» (орфография сохранена).

В заключение мы констатируем, что инженерия значительно влияет на развитие различных форм искусственного интеллекта. Поэтому необходимо более пристально изучать всесторонние проблемы, связанные с этим стремительно формирующимся феноменом.

Библиографический список

1. Конференция по искусственному интеллекту // <http://www.kremlin.ru/> (дата обращения: 20.03.2022).
2. Определеие «инженерия» // <https://dic.academic.ru/> (дата обращения: 20.03.2022).
3. Судоргин О. А., Макаренко Е. И., Карелина Е. А. Возможна ли эффективная реализация интеллектуального ресурса технической интеллигенции в ближайшей перспективе? // *Власть*. — 2021. — Т. 29. — № 6. — С. 100–105.
4. Четверть российских родителей хотят, чтобы их сыновья работали в IT | ICHIP.RU | Яндекс Дзен (yandex.ru) Дата обращения 20.03.22
5. Черныш М. Ф. И снова модернизация: в поисках концептуальной схемы // *Социологические исследования*. — 2021. — № 7. — С. 3–13.
6. Ключарев Г. А. О подготовке инженерных кадров для наукоемких производств (взгляд работодателей) // *Социологические исследования*. — 2020. — № 3. — С. 51–59.

Яхненко Алексей Вадимович — студент 2-го курса факультета «Автомобильный транспорт» Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ), Москва, Россия. E-mail: firend228@mail.ru.

Судоргин Олег Анатольевич — доктор политических наук доцент, первый проректор Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ). E-mail: Sudorgin@madi.ru.

**СЕКЦИЯ
«ПРАВО И ЦИФРОВИЗАЦИЯ:
НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ»**

УДК 343

*Тимур Фарходович Абдужалилов,
Кристина Владимировна Калинова*

Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

**ИСТОРИЯ
УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОГО ПРАВА**

Аннотация. В настоящей статье проводится научный анализ событий, связанных со становлением уголовно-процессуального права. Были изучены основные исторические источники данной отрасли, проанализированы предпосылки и смыслы отдельных правовых норм. Целью исследования является получение целостного образа конкретных этапов развития уголовно-процессуального права. В качестве методологии был использован анализ тематических статей, синтез, формально-юридический метод и ряд прочих научных методов. Авторы приходят к выводу о том, что историческое становление уголовно-процессуального права весьма сложно, неоднозначно, но в то же время достаточно целесообразно к изучению и дальнейшему развитию государства.

Ключевые слова: История права, уголовный процесс, исторические аспекты, уголовно-процессуальные конструкции, участники уголовного процесса.

*Timur F. Abduzhalilov,
Kristina V. Kalinova*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

**HISTORY
OF CRIMINAL PROCEDURE LAW**

Abstract. This article provides a scientific analysis of events related to the formation of criminal procedure law. The main historical sources of this industry were studied, the prerequisites of individual legal norms were analyzed. The purpose of the study is to obtain an image of this development of criminal procedural law. The methodology used was article analysis, synthesis, formal legal method, and other scientific methods. The authors come to the conclusion that the historical formation of criminal procedure law is very complicated, ambiguous, but at the same time it is quite expedient to study and further develop the state.

Keywords: History of law; criminal procedure; historical aspects; criminal procedural constructions; participants in the criminal process.

Проблема периодизации развития уголовно-процессуального законодательства является спорной темой в кругах весьма значимых учёных современности. В актуальности можно отметить, что уголовно-процессуальное право характеризуется динамичностью. Отдельные этапы развития данного института заслуженно акцентируют на себе большое внимание со стороны ученых и исследователей. Множество правовых инструментов, юридических конструкций, которые имеют огромное значение, сейчас опираются на историю государства. Акцент хотелось бы поставить на наиболее дискуссионных и одновременно практически значимых вопросах, главным образом на выделении конкретных этапов в истории законодательства и применения отдельных правовых норм во временной хронологии.

В качестве методологической основы были использованы современные и актуальные работы весьма значимых исследователей в сфере юриспруденции и истории, в число которых входят Мохо-

ров Д. А., Сундуrow Ф. Р., Тарханова И. А. и другие. В ходе написания статьи было проанализировано достаточное количество нормативных правовых актов, что отражает формальность и научный характер исследования.

Уголовно-процессуальное право – это больше, чем Уголовно-процессуальный кодекс, оно намного обширнее, чем учебная дисциплина и чем наука. Оно включает в себя длительную историю формирования одной из ключевых, важнейших для судопроизводства отраслей права России. К тому же, разграничение уголовного процесса и уголовного права произошло сравнительно недавно и поэтому, по сути, это смесь истории развития двух важнейших отраслей: материального и процессуального. Поэтому в данной статье мы постарались отразить основные изменения и события в развитии уголовно-процессуального права и объединить их в единый непрерывный и исчерпывающий пласт информации, необходимый для создания общего представления о процессе формирования современного существующего и известного нам уголовно-процессуального права.

Главных этапа развития Уголовно-Процессуального права три: Досоветский период уголовного-процессуального права, Советский период уголовного-процессуального права, Постсоветский период, УПП современности. Классификация данных этапов составлена по соотношению с периодом существования Советского Союза. Предложена она была в учебнике доктором юр. наук Сундуrowым Федором Романовичем [1, с 75]. Изначально может показаться, что такое выделение советского периода отодвигает на задний план досоветский, который длился в разы дольше советского и тем более постсоветского, но при этом обобщен в один этап. Однако такое выделение постсоветского периода обусловлено неравномерностью и нелинейностью развития уголовного-процессуального права: за один только XIX век УПП достигло большего прогресса, чем за, например, век XIV.

Итак, первый этап – досоветский и хронологически самый обширный. Прежде всего стоит сказать, что изначально зарождение таких направлений, как уголовное и уголовно-процессуальное

право было вызвано общественными интересами. С появлением, формированием и развитием морали и нравственности, людям стала нужна закрепленная справедливость и, что также важно, гарантии защищенности этой справедливости.

В Древней Руси уголовный процесс, как и все, в принципе, важнейшие сферы нашей жизни, включая правовую науку в целом, находился в зачаточном состоянии. В документе «Русская Правда» [2] установлено было два ключевых процессуальных варианта досудебной формы подготовки дела, которые именовались сводом и гонением следа. Гонение следа, по мнению историков и ученых, следует понимать, как использование следов преступника по его следам. Со сводом дела обстоят сложнее: ученые до сих пор не пришли к консенсусу по поводу сути данного понятия. Кто-то считает это начальной стадией процесса, кто-то чем-то подобным очной ставке и т. д. [3]. Дальнейшая динамика уголовно-процессуального права имеет соотношение напрямую с изданием Судебника 1497 г. во время царствования Ивана III. В соответствии с Судебником, по наиболее серьезным уголовным делам применялся розыскной процесс [4]. Основные черты процесса: подсудимый – объект; главный способ «выяснения истины» – пытка; главное доказательство вины – признание самого обвиняемого.

При переходе к эпохе Российской Империи постепенно усиливается роль и значение розыска. Более серьезными становятся наказание за «процессуальные преступления». К примеру, за такие деяния как лжеприсяга и лжесвидетельство теперь вводится смертная казнь. Петр I в начале своего правления тоже уделяет большое внимание процессу розыска. 21 февраля 1697 года он именным указом [5] полностью отменил состязательный процесс с заменой его по всем делам процессом следственным. Судебная реформа 1864 года стала следующим значимым событием российской истории уголовного процесса. Реформой были введены принципы судопроизводства от 1864 г, основополагающие начала, что является важным шагом для стандартизации процесса [6].

Введенные принципы инновационные, даже революционные, чему соответствуют дальнейшие известные события. Так появился суд присяжных и презумпция невиновности, которая является по сей день одним из фундаментальных принципов судопроизводства и закреплена в действующей Конституции Российской Федерации. В октябре 1917 года наступила Великая Октябрьская социалистическая революция. 24 ноября 1917 года в силу вступил «Декрет о суде» [7], который юридически отменил многие элементы судебной системы, включая Правительствующий Сенат, окружные суды.

УПК РСФСР был введен 1 июля 1922 г., состоящий из шести отделов [8], из-за судебной реформы 15 февраля 1923 г. ввели новый УПК РСФСР, где исключили 4 отдел. Однако, на практике УПК 1923 года постоянно нарушался. Раскрыть этот факт может декабрьское Постановление ЦИК 1934 года под номером 23 «О порядке ведения дел о подготовке или совершении террористических актов». Там, например, был пункт 3 «3. Дела слушать без участия сторон» и др. [9].

В 1945–1949 годах проходил Нюрнбергский процесс, включавший в себя Международный трибунал. Последствия процесса имеют значение до сих пор. В 1950 году были разработаны нюрнбергские принципы, которые оказали мощное влияние на развитие и создание межгосударственных уголовно-правовых отношений, обеспечили фундамент к реализации деятельности и декларативную основу международным уголовным судам.

Более того, в законодательстве ряда государств принципы, исходящие из нюрнбергского процесса, нашли свое отражение путем их имплементации в уголовно-правовых документах отдельных государств. Например, были закреплены наказания за преступления, посягающие на мир и человеческую безопасность. Проведение международного трибунала и закрепление в его решении общих для разных стран принципов сподвигло РСФСР на создание нового, отвечающего международным стандартам, действительно исполняемого уголовно-процессуального кодекса.

Так 27 октября 1960 г был принят новый Уголовно-процессуальный Кодекс РСФСР со значительными изменениями в уголовном судопроизводстве [10]. Этот документ закрепил единый состав суда по всем уголовным делам независимо от характера преступлений. Ввел ряд участников уголовного процесса, которых не было до этого: потерпевший и подозреваемый. Были установлены их обязанности и права. Наряду с введением подозреваемого как участника, была добавлена стадия возбуждения уголовного дела, а именно, вместо обычного начала проведения расследования при выявлении признаков преступления по результатам предварительного расследования выносилось соответствующее постановление о возбуждении уголовного дела.

УПК 1960 г просуществовал в почти неизменном виде до Перестройки, начавшейся в 1980-х гг. Далее произошли колоссальные изменения в истории государства. В итоге стало очевидно устаревание Уголовно-процессуального кодекса РСФСР 1960 г. Уже в 1993 году началась работа по созданию нового УПК. Также разрабатывались и принимались комплексные НПА «О прокуратуре, о милиции, об ОРД и др.».

Уголовно-процессуальный кодекс России принят итогами длительного точного изучения, заключавшегося в систематизации и переработке всех существовавших норм и уголовно-процессуальных правил 18 декабря 2001 года. Это документ, действующий и развивающийся с помощью постоянно вводимых изменений и дополнений по сей день.

Результатом исследования считаем подтверждение неоднозначности и сложности проблемы периодизации и хронологии уголовно-процессуального законодательства. В заключении авторы пришли к выводу о том, что деление на периоды уголовно-процессуального законодательства лучше связывать с конкретными историческими событиями, подразделяя их на Досоветский период уголовно-процессуального права, Советский период уголовно-процессуального права и Постсоветский период современности. А эти периоды уже более целесообразно изучать по конкретным нормативным актам.

Библиографический список

1. Уголовное право России. Общая часть: Учебник / Под ред. Ф. Р. Сундурова, И. А. Тарханова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Статут, 2016. – 864 с. ISBN 978-5-8354-1274.
2. Русская Правда (пространная редакция), перевод.
3. Свод и гонение следа: В Русской Правде имеется ряд статей, в которых указывается на особые (lawbook.online), дата доступа: 14. 12. 21
4. Судебник Ивана III, 1497 г.
5. Именной указ от 21 февраля 1697 г. «Об отмене в судных делах очных ставок, о бытии вместо оных распросу и розыску, о свидетелях, об отводе оных, о присяге, о наказании лжесвидетелей и о пошлинных деньгах».
6. Учреждение судебных установлений, 1864 г.: Учреждение судебных установлений (garant.ru)
7. Декрет СНК РСФСР от 24.11.1917 «О суде».
8. Постановление ВЦИК от 25.05.1922 «Об Уголовно-Процессуальном Кодексе» (вместе с «Уголовно-Процессуальным Кодексом Р.С.Ф.С.Р.»).
9. Постановление ЦИК и СНК СССР от 1.12.1934 № 23 О порядке ведения дел о подготовке или совершении террористических актов.
10. «Уголовно-процессуальный кодекс РСФСР» (утв. ВС РСФСР 27.10.1960) (ред. от 29.12.2001, с изм. от 26.11.2002) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.07.2002).

Абдужалилов Тимур Фарходович – студент 3 курса ВШ ЮиСТЭ, бакалавриат, № группы 3834001/90101, Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: abduzhalilov.tf@edu.spbstu.ru. Тел.: +79523873873.

Калинова Кристина Владимировна – студент 3 курса ВШ ЮиСТЭ, бакалавриат, № группы 3834001/90101, Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: kalinova2001@list.ru. Тел.: +79967944660.

Научный руководитель: **Мохоров Дмитрий Анатольевич** – директор Высшей школы юриспруденции и судебно-технической экспертизы, кандидат юридических наук, доцент, Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого. E-mail: mohorov_da@spbstu.ru.

УДК 34.047

Полина Андреевна Гармаш
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

РАЗВИТИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Аннотация. Статья посвящена вопросам соответствия российского законодательства цифровым требованиям современности. Продукты цифрового мира в силу своей популярности становятся объектами коммерческой деятельности. Для осуществления обеспечения коммерческой деятельности с продуктами цифрового мира, а также для пресечения преступлений в информационной среде, требуется законодательная регламентация операций в данной сфере. Целью данной работы является исследование правового массива по цифровым вопросам через определение уровня его соответствия цифровому развитию, а также рассмотрение вопроса систематизации данных норм и выработка способов ее осуществления.

Ключевые слова. Цифровые продукты, законодательная регламентация, систематизация норм, информационная среда.

Polina A. Garmash
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

DEVELOPMENT OF LEGISLATION IN THE CONTEXT OF THE DIGITALIZATION OF SOCIETY

Abstract. The article is devoted to the issues of compliance of Russian legislation with digital requirements. Products of the digital world become commercial objects due to their popularity. To be able to conduct business with digital world products as well as to suppress crimes in the information environment legislative regulation of transactions in this area is required. The aim of this work is to study the legal body on digital issues through determination of its level of compliance with digital development as well as addressing the issue of systematizing these norms and devising ways to implement them.

Keywords: Digital products, legislative regulation, systematization of norms, information environment.

В настоящее время невозможно не заметить развитие цифрового мира, который распространяет свое влияние на многие сферы жизни человека. Сейчас мы сталкиваемся с проявлениями цифрового мира при совершении обыденных действий, например, покупая что-либо через платежные терминалы. Развитие автоматизированных систем управления сделало возможным использование программных средств в разных сферах, и сейчас люди часто встречают такие средства в обычной жизни, это может быть информационный терминал в торговом центре или турникет на входе в Санкт-Петербургский университет Петра Великого. Такие системы работают с информацией на основе кодировки, однако программный продукт не всегда имеет физическое воплощение. Часто, такие продукты являются объектом коммерческой деятельности и нуждаются в юридической поддержке. В связи с развитием цифровой экономики и выставлением на рынок таких товаров, а также необходимостью обеспечить их конкурентоспособность через защиту авторства продукта для постановки на рынок уникального товара или услуги, становится необходимым правовое регулирование данной сферы. Оно также обеспечивает законность распространения и охрану собственности на данный товар. Объект цифрового права является относительно новым явлением в мире и нуждается в изучении и правовом определении. Современные основы регулирования цифровой сферы определяют цифровое право не как самостоятельную отрасль права, а как межотраслевой институт права, так как можно увидеть, что разные отрасли российского права, например, уголовное и гражданское право, регулируют цифровые вопросы. Таким образом, нормы так называемого цифрового права «разбросаны» по разным отраслям права, также не определена сфера действия цифрового права и его применения, отсутствует систематизация таких норм. Законотворческая работа в данной сфере имеет важное значение и для юристов, которые решили связать свою деятельность с за-

щитой прав в информационной сфере. Юристы в цифровой сфере могут специализироваться на киберпреступлениях, цифровой криминалистике, заниматься сопровождением IT-проектов и др. [1] Тем более в условиях роста киберпреступности, о чем свидетельствует статистика МВД. [2] Деятельность юриста всегда основана на праве: изучение имеющегося законодательства, отслеживание его изменений, изучение судебной практики, что также обуславливает необходимость конкретизации цифрового права.

Перед тем как говорить о систематизации выработанных норм в единую систему, стоит выяснить насколько развито законодательство и полномасштабно ли оно охватывает цифровые феномены. Цифровой прогресс бросает вызов законодательству государства, на территории которого развивает свои технологии IT- сообщество. Подобные вопросы были поставлены в России впервые в 70-ых годах, в связи с развитием вышеупомянутых автоматизированных систем управления, однако большой законотворческой работы с глубоким изучением систем управления не проводилось, а правовое регулирование деятельности в данной сфере было ограничено некоторыми постановлениями правительств и ведомственными актами. Только в 1990-ых годах начинается работа по правовому обеспечению информации. Основная работа периода 1991-1994 годов заключалась в определении концепции правовой информации, формирования способов ее реализации, закрепления прав граждан на информацию, а также в организации единого информационного пространства между государствами СНГ и сотрудничества с этими странами в данной сфере. Эти вопросы выносились на первый план, их осуществление регламентировалось указами Президента. Данные действия говорят о направленности внутренней деятельности государства на формирование новых общественных отношений, содержание которых определяется развивающимся информационным пространством. В тот же период времени выпускались законы «О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных», «О правовой охране топологии инте-

графических микросхем», «Об авторском праве и смежных правах» и другие. В данных законах регламентировалась правовая база разные информационных продуктов, авторское право на них и его защита. Законодательство развивалось, принимались новые законы, со вступлением в силу которых старые утрачивали силу. [3] К новым законам относится Федеральный Закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации», Гражданский Кодекс, Уголовный Кодекс и другие, которые являются и в настоящий момент действующими законами, в той числе регулируемыми отношения в информационной сфере. [4,5] Разумеется, вышеуказанный перечень законов не является исчерпывающим в вопросе о правовых актах, обеспечивающих регулирование информационных правоотношений.

Законодательство меняется, подстраивается под темп прогресса цифровых технологий, регламентирует операции с данными технологиями. Еще до 2020 года можно было утверждать, что майнинг криптовалюты не урегулирован российским законодательством. Майнинг — термин, обозначающий некоторые компьютерные операции, результатом осуществления которых являются выработанные последовательности данных, массивы или связанные списки, которые могут быть оценены в определенном эквиваленте системой криптовалюты. [6] Такая оценка придает им ценность, соответственно возникает необходимость закрепления прав на данный вид деятельности и последующая регламентация операций с произведенной вещью, не имеющей физического воплощения. Отсутствие закрепленного в законодательстве порядка приобретения права на данный вид имущества не позволяют обеспечить лицу, создавшему в виртуальном пространстве данное имущество, защиту его прав на созданную им собственность. Однако сейчас существует федеральный закон, определяющий отношения, которые возникают при выпуске, учете и обращении цифровых финансовых активов. Федеральный Закон «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» закрепляет порядок возникновения прав

у обладателя финансовыми активами, определяет организацию выпуска цифровой валюты. [7] Таким образом, регулирование цифровых прав становится более определенным, собственники приобретают некоторую степень защиты своих прав на виртуальное имущество, например, при совершении противоправных деяний с ними, которые определяются как киберпреступность. Государство также продолжает работу над регулированием цифровых вопросов. Вступление в силу Федерального Закона от 18.03.2019 №34-ФЗ предусматривает такую адаптацию законов, которая выражается в определении цифровых прав, использовании электронных средств при заключении сделки, введении смарт-контрактов и прочие изменения [8].

Вышеперечисленное позволяет сделать вывод о том, что правовые нормы по регламентации цифровых вопросов содержатся в разных отраслевых кодексах, Федеральных законах, ранее в указах Президента. Из вышеперечисленных недавно принятых законов можно сделать вывод, что цифровая сфера постоянно развивается и производит новые продукты, технологические средства, виртуальное имущество и др. Информационная сфера пронизывает все больше сфер жизни общества и заменяет устаревшие общественные институты, например, электронные деньги фактически вытеснили бумажные, из-за чего банковское дело, торговля осуществили структурную перестройку. Определяя такую тенденцию развития информационных технологий и их роли в жизни общества, можно сделать прогноз о последующей тенденции наращивания правовых норм в данной сфере, которые имели бы проявления в виде дополнений к существующим Кодексам, издания Федеральных Законов и др. Данный правовой массив, не приведенный в единую систему в соответствии с общими принципами, мог бы вызвать затруднения в работе юристов, адвокатов, правоохранительных органов и других специалистов и должностных лиц, а также затруднения в работе судебной системы. Возможные противоречия принципов действия введенных норм, регламентирующих новые продукты цифрового мира с уже существующими нормами, пересечения сфер дей-

ствия законов и другие правовые коллизии могли бы «откинуть» государство на шаг назад на пути регламентации информационной сферы. Таким образом, вопрос принятия единого цифрового или информационного кодекса может быть удостоен рассмотрения. Какую практическую значимость имел бы такой Кодекс? Во-первых, был бы разрешен вопрос сферы действия цифрового права и предметное регулирование. В Кодексах подобные вопросы обычно освещаются в разделе «Общие положения» и характеризуют предмет регулирования. Также важно установление единых принципов регулирования информационного права, которые лежали бы в основе всех положений Кодекса и обеспечивали бы их единство. Во-вторых, создание такого Кодекса имело бы универсальную значимость в вопросе удобства в ориентации в правовом массиве и структурированности норм, определенных в главы, разделы, части. В-третьих, Кодекс предотвратил бы возможное возникновение правовых коллизий, противоречий в действующем законодательстве, однако вероятность отсутствия таких проблем не является абсолютной. Практика внесения изменений и дополнений в Кодексы, утрата статей или глав юридической силы в связи со сторонними изменениями законодательства, является привычной.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что правовое регулирование новинок цифрового мира происходит постепенно. Государство осуществляет законотворческую деятельность по цифровым вопросам и вырабатывает новые правовые нормы, некоторые из которых были рассмотрены выше. Данные нормы содержатся в разных отраслевых кодексах, а при появлении неурегулированных правом объектов и правоотношений выпускаются ФЗ. Для систематизации всех норм, регулирующих цифровые отношения, может быть разработан Цифровой кодекс. Его практическая значимость заключалась бы в установлении единой системы правовых актов в цифровой сфере, единых принципов их разработки, а также компактности правового массива в информационной сфере.

Библиографический список

1. Згадзай О. Э., Казанцев С. Я., Мазуров И. Е. Актуальные вопросы борьбы с киберпреступностью // Вестник Московского университета МВД России. – 2013. – № 2. – С. 147–153.
2. Краткая характеристика состояния преступности в Российской Федерации за январь-июнь 2021 года, [Электронный ресурс] // Министерство внутренних дел, URL: <https://xn--b1aew.xn--plai/reports/item/25094008/>. (Дата обращения: 13.03.2022).
3. Горбачёва Е. В. История информационного законодательства. XX век. Начало // Правовая информатика. – 2016. – № 3. – С. 30–35.
4. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 22.12.2020), [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант плюс», URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_Law_64629/. (Дата обращения: 20.03.2022).
5. Уголовный Кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 09.03.2022), [Электронный ресурс] // Справочная система «Консультант плюс», URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (Дата обращения: 20.03.2022).
6. Левинзон В. С., Митин Р. К. Правовое регулирование виртуального имущества // Закон и право. – 2020. – № 5 – С. 39–42.
7. Федеральный Закон от 31.07.2020 № 259–ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 03.08.2020. – № 31. – ст. 5018.
8. Федеральный Закон от 18.03.2019 № 34–ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 25.04.2019. – № 12. – ст.1224.

Гармаш Полина Андреевна – бакалавр, высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: polinagarmash0101@mail.ru.

Константин Александрович Голубенко
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого,
Софья Павловна Грязнова
Саратовская государственная
юридическая академия

**ПРИОСТАНОВКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ВЛАДЕЛЬЦАМИ СТРИМИНГОВЫХ СЕРВИСОВ РОССИИ
И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ:
В ПОИСКАХ ОПТИМАЛЬНЫХ ПРАВОВЫХ РЕШЕНИЙ**

Аннотация. Анализируется правомерность приостановки деятельности владельцами стриминговых сервисов и связанной с этим невозможности приобретения прав на стриминговые сервисы в будущем или отказ от исполнения договоров, связанных с использованием таких сервисов, пользователями таких сервисов. На основе проведенного исследования и, с учетом патерналистического подхода государства по отношению к потребителям, авторы предлагают пути реформирования законодательства и унификации судебной практики при решении вопросов о правомерности таких действий владельцев стриминговых сервисов.

Ключевые слова: стриминговый сервис, оказание услуг, предоставление прав использования программного обеспечения, подписка на стриминговый сервис, односторонний отказ от исполнения договора.

Konstantin A. Golubenko
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University,
Sofya P. Gryaznova
Saratov State Law Academy

**SUSPENSION OF ACTIVITY
BY THE OWNERS OF STREAMING SERVICES IN RUSSIA
AND ENSURING CONSUMER PROTECTION:
SEARCHING OF OPTIMAL LEGAL SOLUTIONS**

Abstract. The article analyzes the legality of the suspension of activities by the owners of streaming services and the related impossibility of acquiring rights

to streaming services in the future or refusal to fulfill contracts related to the use of such services by users of such services. Based on the conducted research and taking into account the paternalistic approach of the state in relation to consumers, the authors propose ways to reform legislation and unify judicial practice in solving questions about the legality of such actions of owners of streaming services.

Keywords: streaming service, provision of services, granting of rights to use software, subscription to a streaming service, unilateral refusal to perform the contract.

С развитием цифрового общества доступнее и популярнее становятся товары и услуги, продаваемые и предоставляемые, как правило, «онлайн», то есть с помощью Интернета. В том числе, на протяжении последних лет стремительно повышается спрос на услуги стриминговых сервисов среди рядовых потребителей. Договорные отношения между владельцами таких сервисов и потребителями чаще всего строятся следующим образом:

- 1) путем передачи экземпляра программного обеспечения как товара с его последующей установкой на устройство.
- 2) посредством передачи прав использования программного обеспечения на основании лицензионного договора
- 3) на основе модели «SaaS» («Software-as-a-Service»), в рамках которого осуществляется оказание услуг по предоставлению доступа к сервису, и обеспечению его работоспособности путем приобретения подписки на этот сервис.

В настоящее время наиболее востребованными являются последние две модели реализации стриминговых сервисов пользователям, поэтому мы сосредоточим свое дальнейшее внимание на них.

В последнее время в СМИ все чаще стали появляться сообщения о том, что владельцы таких стриминговых сервисов приостанавливают свою деятельность в России, высылают потребителям уведомления о приостановке действия сервисов, отказе от возобновления доступа по истечении срока подписки на сервис. Сейчас на территории РФ приостановили свою работу такие стриминговые сервисы как Spotify [1], Disney [2] и другие.

В связи с описанными событиями объективно возникает вопрос, насколько такие действия правомерны и возможно ли обеспечить защиту прав потребителей в таких ситуациях как наиболее уязвимой категории соответствующих правоотношений. Для удобства мы разберем несколько вариаций действий владельцев сервисов, и попробуем оценить их правомерность.

Первый вариант – ситуация, когда владелец платформы и программного обеспечения (исполнитель, лицензиар) приостанавливает свою деятельность на территории России в связи с проведением Россией специальной военной операции в Украине, и после истечения очередного периода подписки на сервис более не позволяет технически оформить новую (как это сделал «Netflix») [3]. Потребители, подключившие подписку, были проинформированы о том, что после оплаченного периода членство в «Netflix» (по своей сути такое «членство» означает возможность пользования сервисами «Netflix») будет отменено.

В случаях с покупкой подписки на стриминговых платформах потребитель заключает пользовательское соглашение, которое по своей природе представляет собой оферту. Приобретая подписку на использование стримингового сервиса, потребитель присоединяется к условиям соглашения владельца такого сервиса. Последнее регулируется и положениями гражданского законодательства об оказании услуг, и о договорах присоединения [4, ст. 428]. Поскольку пользовательское соглашение с владельцем платформы является публичной офертой, то каждому должна быть предоставлена равная возможность принять такую оферту или отказаться от нее [4, ст. ст. 426, 437].

Пользовательским соглашением «Netflix» предусмотрен пункт о праве потребителя на одностороннее расторжение договора в любое время («You may cancel your Netflix membership at any time») [5]. Однако в данном случае исполнитель, приостанавливая свою деятельность на территории России, прекращает договор с потребителем в одностороннем порядке сам, так как в соответствии с тарифами многие подписки обладают функцией автопродления при условии внесения предварительной оплаты.

Описанная ситуация, по нашему мнению, представляет собой отказ от оказания услуг в будущем. По верному замечанию А. А. Иванова «Отказ от предоставления услуг в будущем, несомненно, противоречит обязанности обеспечить равные условия для всех потребителей, никому, не оказывая предпочтения» [6]. Мы от себя можем лишь дополнить, что аналогичный подход вполне применим и в случаях, если между сторонами лицензионно-договорные отношения, поскольку лишает потенциальных потребителей возможности пользоваться стриминговыми сервисами невзирая на факт наличия публичной оферты.

Более того, отказ со ссылкой на проведение Россией специальной военной операции в Украине противоречит международным нормам. Согласно Резолюции, принятой Генеральной Ассамблеей ООН 70/186 от 22.12.2015 г. «Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей («Guiding principles of the United Nations' Consumer Protection») коммерческие предприятия не должны допускать практику, причиняющую ущерб потребителям, находящимся в уязвимом и неблагоприятном положении. Также предпринимателям не надлежит применять неэтичную и дискриминационную практику в отношении потребителя [7]. Российские потребители, на наш взгляд, как раз находятся в заведомо уязвимом положении, так как не являются политическими и военными акторами, в связи с чем применение к ним столь жестких последствий в связи с действиями государства, в котором они проживают, крайне несправедливо.

В соответствии с доводами, указанными выше представляется необходимым обеспечить действенную защиту прав потребителей. Правила оказания отдельных видов услуг при заключении и исполнении публичных договоров, согласно ст. 39.1. Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон «О защите прав потребителей», Закон о ЗПП) [8], устанавливаются Правительством РФ, но правоотношения в области использования стриминговых сервисов остаются за пределами внимания последнего. Поэтому мы предлагаем дополнительно разработать и принять такие правила в отношении использования потреби-

телями стриминговых сервисов, что позволит дополнительно гарантировать защиту прав потребителей. До момента принятия таких правил считаем целесообразным квалифицировать договоры между потребителями и владельцами стриминговых сервисов как публичные [4, ст. 426], поскольку ценность использования таких сервисов состоит в возможности удовлетворить свою потребность в отдыхе и участии в культурной жизни. Последнее предложение также позволит обеспечить более качественную правовую защиту потребителей.

Вторая ситуация, которую мы считаем важным рассмотреть, — это когда исполнители (лицензиары) отказываются от исполнения договоров на предоставление стриминговых сервисов с потребителями в одностороннем порядке (как это произошло, например, в случае с Disney + [2], Spotify [1]).

Если мы исходим из того, что такие договоры в силу их особенностей признаются публичными, то у потребителя есть все возможности признавать такой отказ неправомерным со ссылками на ст. 16 Закона о ЗПП, и позицию, изложенную в п. 21 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 25.12.2018 N 49, согласно которой односторонний отказ исполнителя от публичного договора в случае отсутствия нарушений со стороны потребителя не допускается [9].

Еще одной актуальной проблемой является отсутствие однозначной позиции о том, возможно ли к лицензионно-договорным отношениям по использованию стриминговых сервисов как программного обеспечения применять по аналогии положения Закона о ЗПП. Мы считаем это возможным, поскольку заключение (в том числе путем присоединения) лицензионных договоров между пользователями-физическими лицами и владельцами стриминговых платформ стало уже обыденным явлением. В свою очередь, отсутствие единой позиции и, в худшем случае, невозможность применения положений Закона о ЗПП по аналогии с регулированием оказания услуг для нужд потребителей к данным правоотношениям лишает таких пользователей-потребителей повышенных гарантий для получения качественного, своевременного исполне-

ния со стороны владельцев платформ. При этом мы считаем, что уже настало время и реформировать Закон о ЗПП в части указания положений об особенностях предоставления прав использования программного обеспечения лицензиарами в пользу потребителей-лицензиатов.

Безусловно, предложенные меры не являются панацеей. Одновременно с этим они позволят более качественно и непротиворечиво обеспечить базовые гарантии российских потребителей при использовании высокотехнологичных решений для личных, культурных и иных частных нужд.

Библиографический список

1. Spotify stängs ned i Ryssland // EXPRESSEN. — 2022 — URL: <https://www.expressen.se/nyheter/spotify-stangs-ned-i-ryssland/> (дата обращения: 27.03.2022).
2. Statement From The Walt Disney Company In Response To The Ongoing Crisis In Ukraine // The Walt Disney Company — 2022 — URL: <https://thewaltdisneycompany.com/statement-from-the-walt-disney-company-in-response-to-the-ongoing-crisis-in-ukraine/> (дата обращения: 27.03.2022).
3. Netflix Suspends Service in Russia Amid Invasion of Ukraine // Variety — 2022 — URL: <https://variety.com/2022/digital/news/netflix-suspends-service-russia-ukraine-invasion-1235197390/> (дата обращения: 27.03.2022).
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 09.03.2021) // Собрание Законодательства РФ. 1996. № 5.
5. Правила использования Netflix // Netflix — 2022 — URL: www.netflix.com/priorterms (дата обращения: 27.03.2022).
6. **Иванов, А. А.** Netflix и я / А. А. Иванов // zakon.ru — 2022 — URL: https://zakon.ru/blog/2022/03/09/netflix_i_ya (дата обращения: 27.03.2022).
7. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 70/186 от 22.12.2015 г. «Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей» // ПОТРЕБИНФОРМС — 2016 — URL: https://potrebinforms.ru/zakonodatelstvo/mezhdunarodnoe_zakonodatelstvo/rukovodyawie_principy_dlya_zawity_interesov_potrebitelej/ (дата обращения: 27.03.2022).
8. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 15.01.1996. № 3.

9. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 25.12.2018 N 49 «О некоторых вопросах применения общих положений Гражданского кодекса Российской Федерации о заключении и толковании договора»// КонсультантПлюс –2018–URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314779/ (дата обращения: 27.03.2022).

Голубенко Константин Александрович – магистрант, Высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы Гуманитарного института, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия. E-mail: k.a.golubenko@mail.ru.

Грязнова Софья Павловна – студентка, Юридический институт правосудия и адвокатуры, Саратовская государственная юридическая академия, г. Саратов, Россия. E-mail: sofya.gryaznowa@yandex.ru.

УДК 342.398

Елена Алексеевна Грошева
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ВОЗМОЖНОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ПОЧЕРКОВЕДЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ АМБИДЕКСТРОВ

Аннотация. Статья посвящена вопросу идентификации почерка амбидекстров, и трудностям проведения почерковедческой экспертизы у лиц, обладающих данной особенностью. Рассмотрены возможные экспертные ошибки в почерковедческой экспертизе амбидекстров и выявлены способы их преодоления. Для понимания природы амбидекстрии, рассматривается предмет межполушарной асимметрии, и её влияние на преобладающую руку человека. Исследуется неоднородность состава группы амбидекстров, частные и общие признаки почерка правой и левой руки у лиц данной группы. Несмотря на тот факт, что с амбидекстрией живут около 1% населения земного шара, это проблема должна освещаться и быть исследована, как в области медицины, так и в области экспертизы почерка. В этом заключается актуальность данного исследования.

Ключевые слова: почерковедческая экспертиза, амбидекстрия, амбисинистрия, межполушарная асимметрия, преобладающая рука.

Elena A. Grosheva
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

THE POSSIBILITIES OF CONDUCTING A HANDWRITING EXAMINATION OF AMBIDEXTROUS

Abstract. The article is devoted to the identification of ambidextrous handwriting, and the difficulties of conducting handwriting expertise in persons with this feature. Possible expert errors in the handwriting expertise of ambidextrous are considered and ways to overcome them are identified. To understand the nature of ambidextrous, the subject of hemispheric asymmetry and its influence on the predominant human hand is considered. The heterogeneity of the composition of the ambidextrous group, private and general signs of handwriting of the right and left hands in persons of this group are investigated. Even though about 1% of the world's population live with ambidexterity, this problem should be covered and investigated, both in the field of medicine and in the field of handwriting expertise. This is the relevance of this study.

Key words: handwriting expertise, ambidextrous, ambisidextrous, hemispheric asymmetry, predominant hand.

Исследования почерка как одного из сложнейших двигательных навыков человека основываются на фундаментальных теориях речевой деятельности, межполушарной асимметрии и межполушарного взаимодействия. Одной из важнейших закономерностей организации мозга является межполушарная асимметрия, присущая не только человеку, но и животным. Существует популярное заблуждение о делении полушарий мозга на левое – «логическое» и правое – «творческое», однако нет никаких научных доказательств верности этого суждения. На самом деле межполушарная асимметрия служит в первую очередь для регуляции центральной нервной системы и моторных актов. Считается, что особенности асимметрии закладываются к моменту рождения ребенка, а формирование и развитие функциональной межполушарной асимметрии происходит в первые годы жизни человека [3, с. 62].

Одной из особенностей работы мозга человека является то, что левое полушарие управляет правой стороной нашего тела, а правое — левой стороной. В зависимости от доминирующего полушария определяется преобладающая рука. Однако не существует четкого деления на правшей и левшей. Большую роль в этом вопросе играет оценка профиля латеральной организации (ПЛО) по схеме Е. Д. Хомской и И. В. Ефимовой. В соответствии с ней, выделяют пять типов ПЛО, основываясь на моторной, зрительной, слухоречевой и мануальной асимметрии:

1) «чистые» правши (с ведущими правой рукой, правым ухом и правым глазом);

2) праворукие, у которых ведущая правая рука сочетается с ведущим левым ухом и (или) левым глазом;

3) амбидекстры, с обязательным отсутствием мануальной асимметрии;

4) леворукие, имеющие при ведущей левой руке варианты правосторонней сенсорной асимметрии (правое ухо, правый глаз);

5) «чистые» левши (с полным преобладанием левосторонней асимметрии) [1, с.42–47].

В почерковедческой экспертизе выделяют различные особенности почерка, позволяющие определить преобладающую руку. Данный вид экспертизы решает три основные задачи: идентификационную, диагностическую и ситуационную, то есть кто, в каких условиях и при каких обстоятельствах написал что-либо. Определение преобладающей руки нередко упрощает задачу установления личности писавшего. У левшей, например, часто бывает нетрадиционный наклон букв влево, также присутствуют признаки зеркальности исполнения некоторых букв. Также эксперт может определить, что человек, являясь правшой, писал левой рукой и наоборот. В таком случае можно заметить замедленный темп письма, высокую силу нажима, простое строение букв. Однако существуют люди, владеющие обеими руками с одинаковой скоростью и эффективностью — амбидекстры (лат. *ambi* — «оба» и лат. *dexter* — «правый»). Существует и обратное этому явление — амбисинистрия (лат. *ambi* — «оба» и лат. *sinister* — «левый»). В этом

случае человек владеет обеими руками одинаково неэффективно. В процентном соотношении людей с такими особенностями мало, но всё же они есть, и это может значительно усложнить задачу проведения почерковедческой экспертизы [2, с. 145–152].

Врожденная амбидекстрия встречается в случаях, когда лицо имеет симметрию в ручной моторной системе. Однако навык письма обеими руками можно развить самостоятельно при должном усилии. Также часто амбидекстрами становятся переученные левши. При работе с почерком одной руки невозможно определить, что человек является амбидекстром. Однако, имея образцы почерка обеих рук, можно выделить определенные закономерности, позволяющие определить, что написанное принадлежит одному и тому же лицу. Основываясь на исследовании Т. И. Исмаковой, в котором приняло участие 17 человек, можно условно разделить амбидекстров на два типа:

1) лица, имеющие одинаковую степень выработанности почерка;

2) лица, имеющие незначительные различия в степени выработанности почерка.

При высокой степени выработанности почерка эксперт с большей вероятностью сможет определить его принадлежность одному лицу, так как можно выявить индивидуальные особенности написания букв, их размера, соединений, расстояния, силы нажима. В таком случае почерк обеих рук будет максимально схожим. Однако такая характеристика, как наклон в большинстве случаев будет различаться, исходя из положения тела при письме разными руками. Тем не менее, амбидекстры могут использовать разные по строению варианты почерка, исходя из личного удобства. Например, скорописный почерк — одной рукой и почерк с преобладанием печатных букв — другой. В такой ситуации эксперту-почерковеду становится намного сложнее провести идентификацию [4, с. 84–98].

В случае с амбисинистрами ситуация схожая. Чем выше у лиц с данной особенностью степень выработанности почерка, тем выше вероятность провести идентификацию.

При производстве экспертизы и взятии образцов почерка очень важно учитывать и замечать многие факторы. К ним относятся необычное или неуверенное удержание пишущего прибора, необычное положение листа. Также важно отмечать и состояние лица, проходящего экспертизу, и наличие у него заболеваний, влияющих на письменно-двигательный навык. При внимательном наблюдении можно выявить амбидекстра и значительно упростить работу эксперта при исследовании образцов. Но, если не обращать внимание на эти факторы, велика вероятность экспертных ошибок. К сожалению, на практике судьи и следователи часто не следят за процессом получения образцов, и их участие ограничивается только выдачей бумаги и авторучки. Это сильно усложняет дальнейшую работу эксперта при проведении исследований почерка [5, с. 385–388].

В результате всего вышесказанного, следует отметить, что изучение влияния профиля латеральной организации мозга на формирование, реализацию и особенности письменно-двигательного аппарата левшей, правшей и амбидекстров сейчас находится на начальной стадии. Знания и технологии в почерковедческой экспертизе на данном этапе не могут с высокой точностью определить амбидекстра и провести идентификацию почерка. Поэтому во избежание экспертных ошибок, необходимо увеличивать количество разновариантных экспериментальных образцов, а также обязательно брать образцы почерка обеих рук для выявления различного вида особенностей, таких как амбидекстрия и амбисинистрия.

Библиографический список

1. Хомская Е. Д., Ефимова И. В. К проблеме типологии индивидуальных профилей межполушарной асимметрии // Вестник Московского университета. Сер. 14: Психология. 1991. № 4. С. 42–47; Ефимова И. В. Амбидекстры: нейропсихология индивидуальных различий. СПб.: КАРО, 2007. С. 154.
2. Ефимова И. В., Хомская Е. Д., Будыка Е. В. Амбидекстрия – один из вариантов латеральной организации мозга человека // Сб. докладов

I Междунар. конф. памяти А. Р. Лурия / под ред. Е. Д. Хомской, Т. В. Ахутиной. М.: МГУ, 1998. С. 145–152.

3. Александров С. Г. Функциональная асимметрия и межполушарные взаимодействия головного мозга: учеб. пособие. Иркутск: ИГМУ, 2014. С. 62.

4. Исмадова Т. И. Возможности криминалистического исследования почерка амбидекстров // журнал «Судебная экспертиза». Волгоградская академия МВД РФ. № 4 (64). С. 84–98.

5. Подкатилина М. Л. Особенности подготовки сравнительных образцов для производства почерковедческих экспертиз // Материалы V Международной научно-практической конференции «Теория и практика судебной экспертизы в современных условиях» (г. Москва, 22–23 января 2015 г.). М., 2015. С. 385–388.

Грошева Елена Алексеевна – высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы, Санкт-Петербургский политехнический университет имени Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: timvgxx@gmail.com.

УДК 347.451

Павел Дмитриевич Забелин
Нижегородский институт
управления – филиал Российской
Академии Народного Хозяйства
и Государственной Службы

ПРОБЛЕМЫ ВОЗМОЖНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СДЕЛОК С НЕВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫМИ ТОКЕНАМИ

Аннотация. На данный момент наблюдается цифровизация базовых институтов общества. Вместе с тем, она проходит быстрее, чем развивается отечественное законодательство. Статья посвящена возможному государственному регулированию невзаимозаменяемых токенов (сокр. NFT) и его критике. По мнению автора, невзаимозаменяемые токены следует

урегулировать, но не так, как предлагается одним из депутатов Государственной Думы Российской Федерации. Следует избрать иной, более гибкий подход к регулированию, исходя из правовой природы и специфики невзаимозаменяемых токенов. Они смогут занять свое место среди цифровых объектов гражданского оборота, например, в сфере недвижимости для облегчения работы риелторов, но для этого им необходимо диспозитивное и гибкое регулирование.

Ключевые слова: смарт-контракт, токен, невзаимозаменяемый токен, NFT, Блокчейн.

Pavel D. Zabelin
Nizhny Novgorod branch
of the Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration

PROBLEMS OF POSSIBLE GOVERNMENT REGULATION OF NON-FUNGIBLE TOKEN TRANSACTIONS

Abstract. Now there is a digitalization of the basic institutions of society. At the same time, it passes faster than domestic legislation develops. The article is devoted to possible state regulation of non-fungible tokens (abbreviated. NFT) and its criticism. According to the author, NFT should be settled, but not in the way proposed by one of the deputies of the State Duma of the Russia. A different approach to regulation should be taken, based on specificity of NFT. They will be able to take their place among the digital objects of civil turnover, but for this they need dispositive regulation.

Keywords: Smart-contract, token, non-fungible token, NFT, blockchain.

Невзаимозаменяемые токены на данный момент не урегулированы в подавляющем большинстве стран мира. Вопрос о необходимости их изучения и регулирования с юридической точки зрения поднимается во многих развитых государствах, в том числе и в Российской Федерации. Депутат Государственной Думы Антон Горелкин призвал урегулировать невзаимозаменяемые токены, а именно: законодательно определить понятие «невзаимозаменя-

емый токен», создать механизм контроля за оборотом невзаимозаменяемых токенов в Российской Федерации и включить интернет – площадки по их созданию, приобретению и продаже под действием Федерального закона от 01.07.2021 № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации» [1]. Следует уяснить возможности Российской Федерации по правовому регулированию оборота невзаимозаменяемых токенов и защите граждан, приобретающих такие токены.

Основу невзаимозаменяемого токена составляет смарт-контракт, который представляет из себя условия, при выполнении которых стороны достигают желаемого результата. В Российской Федерации на данный момент не существует легального определения данной конструкции. В доктрине цивилистической науки под ним понимают либо договор, существующий в форме программного кода, написанного и существующего на одной из платформ Блокчейна, который обеспечивает самостоятельность и самостоятельное исполнение условий договора в случае выполнения указанных в нем обязательств, либо цифровой протокол для передачи информации, который использует математические алгоритмы для автоматического выполнения транзакции после выполнения установленных условий и полного контроля процесса [2].

По нашему мнению, под невзаимозаменяемым токеном (сокр. – NFT) следует понимать такой криптографический токен, каждый экземпляр которого уникален и не может быть разделен и заменен или замещен другим, аналогичным по природе, токеном.

В то время, как ряд государств, например, Италия, США, Белоруссия, уже законодательно установили, что представляют из себя смарт-контракты и определяют направления их правового регулирования, Российская Федерация так и не дала легального определения. [3, с. 82] Считаем, что попытка законодательно определить, что представляет из себя невзаимозаменяемый токен, будет поспешной и не сможет в полной мере раскрыть то, что в нем содержится.

Вместе с тем, отсутствие понимания и легальной дефиниции смарт-контракта может создать проблемы при регулировании невзаимозаменяемых токенов. Видится, что в дальнейшем это может вылиться в неясность направления правового регулирования, т. к. Российская Федерация не приняла ни одну из ранее указанных доктринальных позиций относительно легального определения смарт-контракта.

По мнению экспертов, к контролю невзаимозаменяемых токенов следует относиться мягче, чем к регулированию криптовалют. Это объясняется тем, что невзаимозаменяемые токены занимают промежуточное положение между финансовым инструментом и инструментом для развития искусства. Высказывается предложение, что правовую природу невзаимозаменяемых токенов следует определить в рамках законопроекта об обороте криптовалют, который на данный момент находится в разработке [4]. С данным мнением сложно не согласиться, ведь невзаимозаменяемый токен нельзя считать в полной мере финансовым инструментом, а именно электронным средством платежа. На данный момент он служит как инструмент для продвижения авторов и различных проектов. Путем создания невзаимозаменяемых токенов и их последующей продажи авторам произведений легче заявить о себе и заработать на искусстве, а авторам проектов можно таким образом продвигать собственные проекты.

Вместе с тем, высказывается мнение, что помимо должного правового регулирования, будет необходим сервис для подтверждения произведений искусства, который работал бы со всеми интернет – площадками по созданию, приобретению и продаже невзаимозаменяемых токенов. Это может способствовать борьбе с мошенничеством в обороте невзаимозаменяемых токенов, которое начинает набирать обороты.

По статистике Ольги Дворецкой, главы NFT Academy, российские пользователи составляют десятую часть аудитории международных интернет – площадок по созданию, приобретению и продаже невзаимозаменяемых токенов. Среди них самыми популярными являются Rarible и Binance [4]. Как видно, количе-

ство пользователей таких интернет – площадок среди россиян мало и видится нелогичной и скорой попытка их урегулирования. На данный момент малое количество россиян обладает: а) возможностями инвестирования в данные проекты; б) знаниями о том, как эти проекты работают и как в них инвестировать.

Попадание интернет-площадок по созданию, приобретению и продаже невзаимозаменяемых токенов под действие Федерального закона от 01.07.2021 № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации» аргументируется тем, что таким образом государство сможет защитить права владельцев дорогостоящих невзаимозаменяемых токенов в спорных ситуациях. В таком случае, согласно п. 1, 2, 3 ч. 1 ст. 5 данного Федерального закона, интернет–площадкам по созданию, приобретению и продаже невзаимозаменяемых токенов потребуется:

- разместить на информационном ресурсе электронную форму для направления обращений российских граждан и организаций, требования к которой устанавливаются федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи;

- зарегистрировать личный кабинет на официальном сайте федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, в сети «Интернет» и использовать его для взаимодействия с государственными органами Российской Федерации;

- создать филиал, или открыть представительство, или учредить российское юридическое лицо и обеспечить функционирование на территории Российской Федерации филиала, или представительства, или российского юридического лица [5].

Проблема такого правового регулирования заключается в том, что интернет – площадками по созданию, приобретению и продаже невзаимозаменяемых токенов легче прекратить свою работу в Российской Федерации, чем изменить свою деятельность. След-

ствием этого будет невозможность для молодых авторов заявить о себе и заработать средства на своем искусстве и продвигать проекты. Вопросы вызывает и аргументация такого регулирования: почему защищаются именно дорогостоящие невзаимозаменяемые токены, а не все и что понимается под «спорными ситуациями»?

Невзаимозаменяемые токены рано или поздно должны быть урегулированы, ибо, как справедливо отметил депутат Государственной Думы Антон Горелкин, таким образом государство сможет защитить права владельцев невзаимозаменяемых токенов. Вместе с тем, предлагаемые направления правового регулирования невзаимозаменяемых токенов и сами предложения по их регулированию кажутся поспешными, прямолинейными и негибкими. В области правового регулирования как информационных технологий, так и того, что «порождает» цифровизация, Российская Федерация отстает и имеет ряд существенных проблем. Видится, что пока рано создавать механизмы правового регулирования невзаимозаменяемых токенов. Следует создать и детально проработать те механизмы в области правового регулирования информационных технологий, которые в других странах уже имеются, например, смарт-контракт. Впоследствии, может, уже и не надо будет регулировать оборот невзаимозаменяемых токенов, которые, по нашему мнению, могут и со временем займут свое место среди цифровых объектов гражданского оборота. В сфере недвижимости уже высказываются мнения, что невзаимозаменяемые токены могут облегчить работу риелторов, но для этого необходимо урегулировать на уровне законодательства.

Библиографический список

1. В России захотели контролировать оборот NFT. – Текст: электронный // lenta.ru [сайт]. – 2022. – URL: <https://lenta.ru/news/2022/02/02/nft/> (Дата обращения: 05.03.2022).
2. Что такое смарт-контракты? – Текст: электронный // habr.com [сайт]. – 2019. – URL: <https://habr.com/ru/post/448056/> (дата обращения: 07.03.2022).
3. **Ефимова Л. Г., Михеева И. Е., Чуб Д. В.** Сравнительный анализ доктринальных концепций правового регулирования смарт-контрактов в

россии и зарубежных странах // Право. Журнал Высшей школы экономики. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-doktrinalnyh-kontseptsiy-pravovogo-regulirovaniya-smart-kontraktov-v-rossii-i-zarubezhnyh-stranah> (дата обращения: 07.03.2022). С. 78–105.

4. Художника окрипить может каждый. – Текст: электронный // kommersant.ru [сайт]. – 2022. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5194059> (дата обращения: 07.03.2022).

5. Федеральный закон от 01.07.2021 № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на территории Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс.

Забелин Павел Дмитриевич – бакалавр, кафедра «Гражданское и международное право», Нижегородский институт управления – филиал Российской Академии Народного Хозяйства и Государственной Службы, Нижний Новгород, Россия. E-mail: fanbyali@rambler.ru.

УДК 347.77

*Максим Александрович Иванов,
Александр Александрович Тебряев*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация. В рамках текущего исследования рассматривается и анализируется правовое регулирование интеллектуальной собственности в игровой индустрии. Рассмотрены элементы, составляющие видеоигру, которые непосредственно являются объектами интеллектуальной собственности, и авторы обладают как исключительными, так и неисключительными правами на них. Предлагается дальнейшее развитие интеллектуальной собственности, касающиеся игровой индустрии и видеоигр соответственно.

Ключевые слова: Интеллектуальная собственность, видеоигра, вещь, гемплей, игровая индустрия, внутриигровые элементы.

*Maksim A. Ivanov,
Aleksandr A. Tebryaev*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

LEGAL REGULATION OF VIRTUAL OBJECTS AND INTELLECTUAL PROPERTY IN THE GAMING INDUSTRY

Abstract. The current study examines and analyzes the legal regulation of intellectual property in the gaming industry. The elements that make up a video game are considered, which are directly objects of intellectual property, and the authors have both exclusive and non-exclusive rights to them. Further development of intellectual property related to the gaming industry and video games, respectively, is proposed.

Keywords: Intellectual property, video game, thing, gameplay, game industry, in-game elements.

На сегодняшний день игровая индустрия является одной из самых активно развивающихся отраслей экономики. Рынок видеоигр за последние пять лет нарастил свои позиции в мировой отрасли развлечений и медиа. В 2020 году он достиг \$178 млрд и составил 20% глобального рынка. Для сравнения: в 2016 году видеоигры занимали лишь 12% медиарынка [1]. По прогнозу отраслевой аналитической фирмы Newzoo (Самый надежный и цитируемый в мире источник информации и аналитики игрового рынка. Который помогает некоторым крупнейшим в мире развлекательным, технологическим и медиа-компаниям ориентироваться на свою аудиторию, отслеживать конкурентов, выявлять возможности и принимать стратегические и финансовые решения), в 2021 году эффект пандемии перестанет влиять на рынок. Тем не менее на горизонте нескольких лет рынок продолжит расти и к 2024-му достигнет \$218 млрд при среднегодовом темпе роста 5,2% [2].

Быстрые темпы развития порождают значимость юридических аспектов, которые касаются интеллектуальных прав (товарные знаки, различные патенты, авторское право, фирменные на-

именования). Со всей очевидностью можно констатировать, что раздел законодательства, касающийся авторского права, обеспечивает правовую защиту видеоигр. Однако законодательство об авторском праве в его нынешней форме, по-видимому, плохо приспособлен для борьбы со все более распространенной практикой клонирования и требует непосредственного улучшения и дополнения. Каждый человек, который занимается созданием видеоигр, будь это большая компания, малая студия или же один разработчик, должен понимать важность правильного использования интеллектуальной собственности в данной сфере. Ведь подлежат охране почти все элементы видеоигры, так как они представляют из себя самостоятельный объект интеллектуальной собственности: музыка, видео, персонажи, игровая графика, движок (фреймворк, который разработчик может использовать для создания игр), и остальные отдельные элементы игры, иными словами весь игровой мир состоит из различных объектов интеллектуальной собственности.

Кроме всего прочего, охране подлежат и элементы, которые не составляют геймплей игры, но они являются неотъемлемой частью самой видеоигры, данные элементы зачастую демонстрируются пользователю в самом начале: логотип компании разработчиков, название игры, игровые слоганы, а также проморолики которые стараются погрузить в атмосферу игры.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что соблюдение права интеллектуальной собственности, является краеугольным камнем для игровых студий, так как объекты интеллектуальной собственности составляет чуть ли не 100% всей видеоигры. И даже такие объекты как лица знаменитостей, говорит в своей работе Lee Y. H., требуют заключения лицензионных соглашений между разработчиками видеоигр и знаменитостями об использовании изображений последних в продуктах первых [3]. Данное явление мы можем увидеть в недавно вышедшей игре от компании Ubisoft: Far Cry 6. В данной игре главный антагонист представлен в образе американского актёра Джанкарло Эспозито (известного на весь мир по сериалу «Во все тяжкие»), также сам актёр озвучивал дан-

ного персонажа, если рассмотреть английскую локализацию игры.

Чтобы убедиться в данном положении, стоит упомянуть, что в современном законодательстве относится к объектам интеллектуальной собственности, и каково его понятие. Под понятием объекта интеллектуальной собственности понимается результаты интеллектуальной деятельности, которым предоставлена правовая охрана [4]. Как уже отмечено выше все объекты интеллектуальной собственности, почти в полном составе присутствуют в видеоиграх и используются в игровой индустрии.

При соблюдении, правильном использовании и защите интеллектуальной собственности в видеоигре, мы говорим непосредственно о целом ряде имущественных и неимущественных прав авторов и владельцев компаний. И как указывают Kuhmonen A. все разработчики игр должны быть знакомы с некоторыми правовыми принципами, даже если для создания игры не требуется глубоких знаний [5]. Под имущественными правами понимается субъективное право участников правоотношений, связанные с владением, использованием и распоряжением имуществом, а также с теми материальными требованиями, которые возникают между участниками экономического оборота по поводу распределения этого имущества и обмена. Иными словами, лицо, которое является владельцем исключительного права может свободно использовать принадлежащий ему объект интеллектуальной собственности.

Под неимущественными правами автора, их также называют личными правами, так как они неотделимы от имени своего автора, понимается право авторства и право на защиту автора. Иными словами, нематериальная, моральная составляющая авторских прав.

Таким образом, компьютерные игры могут показаться для многих простым развлечением, но это многомиллиардный глобальный бизнес мультимедийных продуктов. Роль компьютерных игр в современном обществе можно увидеть в данных о коммерческих продажах, демографии и использовании. Касаясь российского рынка, то 65,2 миллиона российских игроков потратили в общей сложности 1,7 миллиарда долларов в 2018 году, что делает Россию

11-м по величине рынком игр в мире. В онлайн-сообществе 60% мужчин и 39% женщин играют в компьютерные игры, в то время как 21% мужчин и 13% женщин играют в консольные игры. Большинство (81%) платящих геймеров потратили деньги на игровые предметы или виртуальные товары за последние шесть месяцев, причем 36% мужчин и 42% женщин покупали бонусы [6].

Следует отметить также существующую правовую проблему охраны виртуальных объектов в видеоиграх. На сегодняшний день происходит активное развитие онлайн многопользовательских игр. Разработчики игр всё чаще предоставляют игроку обширные возможности по персонализации своего «опыта» в игре, тем самым закрепляя психологическую связь игрока с игрой. То есть, другими словами, благодаря тому, что разработчики игр, создают различные вещи, которые игрок получает или покупает на свой игровой аккаунт, делает аккаунт уникальным. Данные как бы «вещи», которые игрок получает зачастую, имеют не только виртуальную ценность, но и реальную денежную оценку. Это по сути можно назвать, ценностью, которую получает игрок за вложенное время, усилия, навыки или же реальные деньги. Данные вещи даже существуют на открытых рынках и могут обмениваться или быть украденными.

Кража виртуальной собственности является мало исследованной областью, но она является важной для современного цифрового мира по нескольким причинам. Первая причина довольно проста, она заключается в том, при владении игроком виртуальной собственностью в игре может создать различные последствия в реальном мире в виде экономических или правовых последствий. Вторая причина, заключается в том, что «игровые вещи», могут быть проданными или купленными за реальные деньги. И отличается традиционная кража от виртуальной, только тем, что традиционная кража включает в себя кражу реального физического предмета, а виртуальная кража связана с имуществом, существующего исключительно в цифровом пространстве. Таким образом, функциональное сходство между вещами реального мира и виртуальными вещами делает «игровые вещи» вполне возможны-

ми объектами владения. Следовательно, для виртуальных вещей необходима защита владения, которая была бы одним из видов охраны определённых законных интересов пользователей «игровых вещей» [7].

В современном мире существует большое количество онлайн многопользовательских игр, которые довольно популярные, где присутствуют «игровые вещи», например: World of Warcraft, CS GO, Dota 2 и другие.

Поскольку зачастую виртуальные вещи определяются со ссылкой на реальные вещи, то стоит определить какое определение вкладывает законодатель в понятие реальной вещей. В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации вещью признаются предметы материального мира, представляющие ценность для человека, способные удовлетворять потребности субъектов гражданских правоотношений, выступать предметом товарообмена. Таким образом все нематериальные объекты не являются вещами, если исходить из законодательства. Следовательно, можно говорить о недопустимости применения данных правил к виртуальным вещам, и закон исключает виртуальные вещи из сферы действия данных правил [8].

Если коснуться определения виртуальной собственности, то стоит обратиться к профессору юриспруденции и специалисту по электронным контрактам и безопасности больших данных Джошуа Фэйрфилду. Согласно Д. Фэйрфилду виртуальная собственность есть ни что иное, как компьютерный код, который является устойчивым и взаимосвязанным. Также может приводиться характеристика данных «вещей». Первая характерная черта виртуальных вещей заключается в том, что виртуальные вещи существуют на сервере Интернет-провайдера, и они не исчезают после того, как пользователь выключает компьютер. Вторая характерная черта связана с тем фактом, что, когда один человек использует конкретную виртуальную вещь, никто другой не может использовать эту виртуальную вещь без разрешения пользователя. Третья черта виртуальных вещей, заключается в том, что не только у конкретных пользователей могут быть определённые виртуальные вещи,

но и другие пользователи могут взаимодействовать с данными виртуальными вещами [9].

Важно понимать, что ценность виртуальной вещи для игрока, не всегда представляет экономическую выгоду. То есть, другими словами, денежная стоимость вещи в любом случае не должно быть обязательным условием, для виртуальной вещи. Можно привести хороший пример виртуальной вещи, которая не имеет никакой финансовой или потребительской ценности. Например, игрок CS GO, у которого есть медали за заслуги в определённом году, не имеют никакого реального использования, и медали не имеют никакой экономической ценности, но это символ статуса и опыта. Другими словами, в реальной жизни человек мог бы иметь какой-либо подарок в качестве памятной вещи. Экономическая ценность этого подарка была бы незначительной, и подарок является совершенно бесполезным, но человек бы ценил его за то, что он значит для него, за то, что он символизирует.

То же самое, как можно заметить, относится и к виртуальным «вещам». Важно понимать, что ценность, в любом значении этого термина, не является внутренней характеристикой объекта, это причина, по которой кто-то может захотеть этот объект. Однако это не то, что делает данную субстанцию материальным объектом. Вещь — это не только вещь в материальном смысле, потому что она ценна. Таким образом, ценность не должна включаться в определение виртуальной вещи, как это указывается в некоторых научных определениях. Также стоит заметить, что виртуальная вещь может существовать независимо от того, существует ли рынок для торговли данными вещами. Но в большинстве случаев наличие рынка даёт основания признать виртуальную вещь собственностью интеллектуальной.

А.И. Савельев, который занимается изучением правового статуса виртуальных объектов в российской правовой науке, предлагает квалифицировать виртуальные объекты в качестве «иного имущества» в законодательстве. Как указывает сам автор в перспективном будущем вполне возможно возникновение ситуации, когда

будет необходима выработка специальных правовых норм, которые будут касаться виртуальных объектов [10].

Стоит также отметить, что практически во всех пользовательских соглашениях включено условие о том, что пользователь не приобретает никаких прав на внутриигровые элементы, также запрещены сделки в отношении них за реальные деньги, а не за внутриигровую валюту. При этом в большинстве случаев объекты имеют реальную экономическую ценность (стоимость) среди пользователей видеоигры.

Таким образом, если обратиться отдельно к элементам видеоигры, то стоит сказать, что виртуальные объекты – это, прежде всего, нематериальные объекты, которые в большинстве могут быть использованы только за счёт программного обеспечения, также данные объекты имеют определённую ценность. Но, к сожалению, отношения по поводу данных объектов не урегулированы нормами действующего законодательства, и в большинстве случаев применяется аналогия закона или аналогия права. Представляется возможным в будущем привести право в такое состояние, когда оно смогло бы регулировать и понимать сочетание вещных признаков с отсутствием материальности вещей, понимать обращение в определённых системах (в данном случае компьютерных системах), сочетать вещные признаки с признаками объектов интеллектуальной собственности, не являющихся вещами в прямом смысле.

Библиографический список

1. Мировой рынок видеоигр [Электронный ресурс] / Тинькофф Банк // <https://www.tinkoff.ru/invest/analytics/research/2021-videogames/> (Дата обращения 01.03.22).

2. Global Games Market to Generate \$175.8 Billion in 2021; Despite a Slight Decline, the Market Is on Track to Surpass \$200 Billion in 2023 [Электронный ресурс] / Newzoo // <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-to-generate-175-8-billion-in-2021-despite-a-slight-decline-the-market-is-on-track-to-surpass-200-billion-in-2023/> (Дата обращения 01.03.22).

3. Lee Y. H. Putting a face to the game: The intellectual property implications of using celebrity likenesses in videogames // *Journal of Intellectual Property Law and Practice*. – Volume 13, Issue 2. – P. 143–153.

4. Андреев А. В., Ульянов А. И. Защита интеллектуальной собственности и основы патентования: учеб. пособие // СПб., – 2018. – 125 с.

5. Kuhmonen A., Seppälä H., Anttila A., Rantanen P. Motivating students to learn law through co-creation and participation in game designing and gameplay // *Proceedings of the European Conference on Games-based Learning*. – 2019. – P. 423.

6. Russia Games Market 2018 [Электронный ресурс] / Newzoo // <https://newzoo.com/insights/infographics/russia-games-market-2018/> (Дата обращения 01.03.22).

7. Васильев А. М., Козырин А. А. Уголовно-правовая защита правомерных интересов в отношении виртуальных объектов // *Уральский журнал правовых исследований*. – 2019. – № 1 (2). – С. 14–44.

8. Гражданский кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ офиц. текст по состоянию на 01.03.2022 // Текст части четвертой опубликован в «Российской газете» от 22 декабря 2006 г. № 289.

9. Новиков И. В. Виртуальная собственность: перспективы регулирования // *Вопросы российской юстиции*. – 2019. – № 1. – С. 789–804.

10. Савельев А. И. Правовая природа виртуальных объектов, приобретаемых за реальные деньги в многопользовательских играх // *Вестник гражданского права*. – 2014. – № 1. – С. 127–150.

Иванов Максим Александрович – студент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. E-mail: maksimivanov.1999@yandex.ru. Тел.: 8-921-754-44-87.

Тебряев Александр Александрович – к. ю. н., доцент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. E-mail: tebr@list.ru. Тел.: +7-921-561-00-68.

*Екатерина Максимовна Исакова,
Виталий Николаевич Снетков*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

РАЗДЕЛ ЦИФРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ ПРИ РАСТОРЖЕНИИ БРАКА

Аннотация. Статья посвящена проблеме правового характера – разделу цифровых финансовых активов в бракоразводном процессе. Развитие высоких технологий усложняет общественные отношения, регулируемые правом. Вследствие этого в правоприменительной деятельности в сфере урегулирования имущественных и семейно-правовых конфликтов возрастает роль усвоения новых технологий и вовлечения специалистов судебной экспертизы. Перед правотворчеством усиливается задача по выработке наиболее конкретных диспозиций в нормах права.

Ключевые слова: общественные отношения, цифровой финансовый актив, расторжение брака.

*Ekaterina M. Isakova,
Vitaly N. Snetkov*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

DIVISION OF DIGITAL FINANCIAL ASSETS UPON DISSOLUTION OF MARRIAGE

Abstract. The article is devoted to the problem of legal nature – the division of digital financial assets in the divorce process. The development of high technology complicates social relations regulated by law. Lawmaking faces a new task of working out the most concrete dispositions in the norms of law. In law-enforcement activity in the sphere of regulation of property and family-legal conflicts the role of mastering new technologies and involvement of specialists of forensic-technical examination increases.

Keywords: social relations, digital financial asset, dissolution of marriage.

Экспонентное развитие рынка ценных бумаг и цифровых активов, существенное расширение функционала физических брокеров и банков за последние три года, в связи с пандемией и коррекциями фондового рынка, спровоцировали рост частного капитала, утекающего в личные инвестиционные портфели. По данным Банка России в I квартале 2021 года количество клиентов на брокерском обслуживании выросло до рекордных 12,7 млн лиц, или 15% экономически активного населения страны, в 2020 году данный показатель был на уровне 5 млн лиц, в начале 2019 – 2,5 млн. Данная тенденция свидетельствует о росте удельного веса цифровых финансовых активов в частных руках. Можно предположить то, что напряженным становится вопрос раздела доходов от различных цифровых финансовых активов при расторжении брака. Раньше люди могли полностью отследить движение денег, сейчас такой процесс непрозрачен. Человек не имеет возможности физически видеть операции, проводимые с деньгами, так как они приобрели цифровой характер.

Вследствие усложнения общественных отношений, отражающихся в сфере раздела имущества, в виде цифровых финансовых активов, повышаются требования к нормам права, именно, к их диспозиции. Диспозиция правовой нормы должна быть понятна и доступна для субъектов права, чтобы ни одна из сторон конфликта не могла уйти от юридической ответственности. Нормы, регулирующие раздел цифровых финансовых активов, должны носить адекватный, конкретный и развитый характер. Иначе будет сильно усложнена правотворческая и правоприменительная деятельность, также в связи с этой проблемой возможен рост правонарушений, связанных с уклонением от раздела имущества, носящим форму цифровых финансовых активов.

Цифровым финансовым активом в Российской Федерации, в соответствии с федеральным законом, признаются цифровые права, включающие денежные требования, <...> выпуск, учет и обращение которых возможны только путем внесения (изменения) записей в информационную систему на основе распределенного реестра, а также в иные информационные системы [1].

Хотелось бы рассмотреть выше обозначенную проблему на примере цифрового финансового актива – Bitcoin (далее биткоин). Много бизнесменов и компаний начали интенсивно инвестировать в этот вид цифровых финансовых активов. Впоследствии криптовалюта стала популярным средством платежа во многих странах мира (люди покупают недвижимость, предприятия, другие акции и др.), что вынудило власти ввести её в объект правоотношений. С 1 января 2021 года законодательно закреплено, что криптовалюта в Российской Федерации не может быть средством платежа [1]. При этом цифровые финансовые активы можно продавать, покупать, обменивать на другие виды цифровых активов, передавать по наследству. Закон, затрагивающий цифровые финансовые активы, вызвал бурную реакцию общественности ещё на стадии чтений в Государственной Думе Российской Федерации. Закон дорабатывался в течение 2,5 лет.

Московская коллегия адвокатов в обзоре о судебной практике по защите цифровых финансовых активов говорит о первом случае в Российской Федерации, когда суд обязал гражданина раскрыть свои криптовалютные активы. 2 февраля 2021 года в Московском Арбитражном суде впервые должника обязали раскрыть информацию о принадлежащих ему цифровых финансовых активах. Гражданин стал банкротом и встал вопрос о том, стоит ли относить криптовалюту в список конкурсной массы. Является ли она имуществом? Адвокат гражданина утверждает, что до момента конвертации криптовалюта не существует в объективной реальности и, следовательно, не может быть расценена как имущество. В рамках действующего правового поля в России цифровая валюта подпадает под категорию информации [2]. Суд постановил, что криптовалюта должна быть отнесена к категории имущества, так как она имеет безусловную экономическую ценность, поскольку ее можно конвертировать в реальные деньги.

Исходя из данных обозначенных выше возникает вопрос, касающийся семейных правоотношений: будут ли делиться при разводе цифровые финансовые активы, в том числе и криптовалюта,

если они были куплены одним из супругов в браке? Можно ли отнести их к имуществу, подлежащему разделу?

Бракоразводный процесс практически в большинстве случаев сопровождается разделом совместно нажитого имущества. Усложнение общественных отношений, связанное с технологическим прогрессом, в данной правовой ситуации порождает ряд проблем. Обратимся к российскому законодательству. Согласно статьям 34, 35 Семейного кодекса Российской Федерации, имущество, нажитое супругами во время брака, является их совместной собственностью [3]. Владение, пользование и распоряжение общим имуществом супругов осуществляются по обоюдному согласию супругов. Можно провести параллель между цифровыми финансовыми активами и ценными бумагами. Ценные бумаги, которые были приобретены в браке, являются совместно нажитым имуществом, поэтому каждый из супругов имеет на него равные права. Личной собственностью супругов будет считаться ценные бумаги, полученные по наследству или договору дарения. В то время как ценные бумаги, приобретённые во время брака, будут носить режим совместной собственности.

Но что, если ценные бумаги за период брака выросли в цене, один из супругов их продал и получил прибыль ещё до расторжения брака? Бывают ситуации, когда капитал на начале инвестирования был существенно выше, чем рыночная стоимость на момент развода. Таким образом, в состав общего имущества супругов, подлежащего разделу при разводе, может входить любое имущество, которое признается объектом права собственности в соответствии с гражданским законодательством [4]. Если один из супругов приобрел ценные бумаги, получал с них доходы, однако на дату расторжения брака денежные средства и ценные бумаги отсутствуют, то второй супруг сможет взыскать данное имущество только если докажет, что другой супруг использовал его вопреки воле другого супруга и не в интересах семьи. Такое же решение, например, в декабре 2019 года принял Коломенский городской суд [5].

Поскольку брокерский счет или цифровой кошелек, на котором хранятся цифровые финансовые активы, заводится на имя

одного человека, второй супруг должен будет доказать, при обосновании своих имущественных прав на данные средства, что денежные средства, находящиеся на счёте, не входят в личную собственность другого супруга. Возникают серьезные проблемы при оценке и отслеживании цифровых финансовых активов, которые могут повлиять на ход решения дела.

Возрастает риск некомпетентности суда, так как требуется усвоение новых технологий. Перед судом встаёт сложная задача оценки такого рода имущества в условиях неконтролируемой волатильности. Из-за волатильности оценку приходится проводить несколько раз по ходу бракоразводного процесса. Из проблемы оценки цифровых финансовых активов так же вытекает вопрос: какая биржа или учреждение будет использоваться для привязки оценки? А поскольку процесс оценки может в конечном итоге быть сродни экспертной оценке, возможно, потребуется предварительное письменное соглашение о датах оценки до заключения договора. По этой причине соглашения, которые разделяют цифровые финансовые активы, должны быть понятными и конкретными в отношении даты и времени оценки.

К тому же одна из сторон правового конфликта может не обладать компетентностью в вопросах приобретения, хранения и продажи цифровых финансовых активов. В таком случае возрастает роль судебной экспертизы, которая будет проводить технический анализ и предоставит суду полные данные о наличии, объёме и доходности активов цифрового характера. Здесь также важна этическая сторона вопроса. Из-за лёгкости сокрытия цифровых финансовых активов от суда технические эксперты должны оставаться независимыми.

В заключение моего рассуждения усложнение правовых отношений приводит к повышению требований к самой норме права. Правовая норма, в частности диспозиция, должна адекватно отражать имеющееся состояние действительности. Юристы семейного права только начинают заниматься вопросами раздела цифровых финансовых активов, которые будут становиться все более и более распространенными. Можно предположить, что из-за трудности

понимания технической стороны спора снизится компетентность суда, что приведет к спросу на повышение качества услуг таких специалистов как судебные эксперты. Судебные эксперты должны выработать себе профессионально-этический иммунитет на провокации коррупционных схем.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 31.07.2020 N 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2020 – № 31 – ст. 5018.
2. **Никольская Н. О.** Спор в банкротстве. Криптовалюта представляет собой иное имущество, которое может быть включено в конкурсную массу должников/ Н.О. Никольская // Вестник МКА «Арбат». – 2020. – № 7. – С. 3–4.
3. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 № 223-ФЗ (ред. от 03.08.2018) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 01.01.1996. – № 1. – Ст. 16.
4. Постановления Пленума Верховного Суда от 5 ноября 1998 года «О применении судами законодательства при рассмотрении дел о расторжении брака» // «Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации» – № 9 – декабрь – 1998.
5. Решение Коломенского районного суда г. Москвы от 19 декабря 2019 г. по делу № 2-825/2019 // <https://sudact.ru/regular> (дата обращения от 17.04.2019).

Исакова Екатерина Максимовна – бакалавр, кафедра «Судебно-технической экспертизы и юриспруденции», Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: ekaterina.isakovartg@yandex.ru. Тел.: 8-981-973-31-96.

Снетков Виталий Николаевич – профессор, доктор политических наук, кафедра «Судебно-технической экспертизы и юриспруденции», Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: marajul@hotmail.com. Тел.: 8-921-914-01-44.

Юлия Валентиновна Катрашова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СУДЕБНОЙ СИСТЕМЫ: ПЕРСПЕКТИВЫ И УГРОЗЫ

Аннотация. В данном исследовании поднимается вопрос о способах модернизации судебной системы государства на основе внедрения цифровых технологий с целью повышения ее эффективности, включая скорость рассмотрения судебных дел и вынесение справедливых обоснованных решений. Автор предлагает два сценария развития цифровой трансформации системы правосудия, один из которых направлен на автоматизацию рутинных действий, а другой предполагает масштабное реформирование судебной системы, заключающееся в целостной трансформации судебных процедур. В статье выделены основные перспективы внедрения цифровых инструментов и сервисов в судебную систему, а также проанализированы потенциальные угрозы, поскольку строгая логическая формализация судебной системы максимизирует технократичное отношение к человеку, отодвигая на второстепенный план принципы морали и нравственности, недоступные для понимания Искусственному интеллекту.

Ключевые слова: судебная система, технологии, цифровизация, цифровая трансформация.

Yuliya V. Katrashova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE JUDICIAL SYSTEM: PROSPECTS AND THREATS

Abstract. This study raises the question of ways to modernize the judicial system of the state based on the introduction of digital technologies in order to increase its efficiency, including the speed of consideration of court cases and the making of fair informed decisions. The author suggests two scenarios for the development of the digital transformation of the justice system, one of

which is aimed at automating routine actions, and the other involves a large-scale reform of the judicial system, consisting in a holistic transformation of judicial procedures. The article highlights the main prospects for the introduction of digital tools and services into the judicial system, as well as analyzes potential threats, since the strict logical formalization of the judicial system maximizes the technocratic attitude towards a person, relegating to the background the principles of morality and morality that are inaccessible to Artificial Intelligence.

Keywords: judicial system, technologies, digitalization, digital transformation.

В силу стремительных темпов развития цифровых технологий перед государством и обществом все более актуальным и значимым становится вопрос о целесообразности и перспективности цифровой трансформации всех бизнес-процессов и систем управления. Таким образом, стоит отметить, что в сфере государственного и муниципального управления в последнее время цифровые технологии приобретают все большую популярность (система Госуслуг, электронные базы документов, информационно-аналитические системы, инструменты цифрового мониторинга, стратегии «Умный город» и т. д.). Среди важнейших преимуществ использования цифровых технологий в данной сфере — оперативное межведомственное взаимодействие, упрощение коммуникации с гражданами и повышение качества предоставляемых государственных услуг, а также точность регистрации информации и высокий уровень ее защиты [1, 3].

Судебная система в аспекте использования цифровых технологий — не исключение: из-за усложнения социально-экономических отношений, а вследствие этого роста количества инициируемых судебных дел, заметно возросла нагрузка на кадровый состав судебного аппарата, что требует новых инновационных решений в организации судопроизводства. Таким образом, перед судебными органами стоит вопрос об эффективных способах совершенствования системы правосудия. К тому же влияние пандемии COVID-19 внесло свои коррективы в организацию судебных процессов — активно стали использоваться дистанционные технологии в решении судебных споров.

В настоящее время в системе правосудия можно обозначить такие недостатки, как недостаточная доступность правосудия, высокий уровень нагрузки на кадровый состав судебных органов, низкая скорость судопроизводства, высокая стоимость судебных процедур, недостаточный уровень правовой грамотности граждан, обращающихся в суд. Совершенствование судебной системы, повышение эффективности судебной защиты населения возможно путем внедрения цифровых технологий, направленных на исключение вышеперечисленных недостатков.

Основные подходы и технологии цифровизации судебной системы

Использование цифровых технологий в судопроизводстве способно повысить эффективность судебной деятельности, поскольку, во-первых, становится возможным добиться прозрачности судебной системы, а во-вторых, благодаря удалённому доступу к материалам дела экономится время на посещение судов.

При этом целесообразно выделить два подхода в модернизации системы правосудия, первый из которых предполагает более радикальные изменения в организации судебной деятельности (подход трансформации), а второй характеризует себя как вспомогательный подход (подход автоматизации). Подход трансформации способен свести к минимуму очное участие человека в судебных разбирательствах, поскольку в данном случае широко распространяется практика заочных слушаний дел и рассмотрение бесспорных мелких дел путем логической формализации права посредством алгоритмов машинного обучения без непосредственного участия судей. Второй подход автоматизации использует практику автоматизации рутинных, однообразных задач, что значительно упрощает работу кадрового состава судебного аппарата.

Эффективнее всего использовать данные подходы в совокупности. Однако, стоит понимать, что полностью «передать правосудие» в руки роботов и машин невозможно, поскольку технологии оперируют лишь логическими фактами, которыми не всегда

возможно описать все тонкости судебного спора, вследствие чего возникает угроза полностью технократичного отношения к человеку, отодвигая на второстепенный план принципы морали и нравственности, недоступные для понимания Искусственному интеллекту.

Выделим основные технологии, используемые в обозначенных подходах в судебной системе России [5]:

– *Электронный документооборот.* Информационные системы, используемые для хранения, обработки и передачи документов, активно используются арбитражными судами, поскольку данная форма ведения документооборота значительно экономит время на работу с документами. В России для данных целей разработан специальный сервис «Мой арбитр», который предусматривает возможность подачи исков и размещение необходимых документов в электронном виде.

– *Системы видео-конференц-связи (ВКС).* Применение ВКС позволяет проводить судебные заседания без привязки к залам судов. Данное решение приобретает еще большую актуальность в случае, если судебный орган находится в другом городе, поскольку участникам судебного процесса не приходится тратить временные и финансовые ресурсы на переезд и проживание на период судебных разбирательств. Однако, стоит отметить, что данная технология имеет ограничения по количеству проведения одновременных заседаний.

– *Системы аудиопотоколирования (видеопотоколирования).* На данный момент все судебные заседания, где обязательна процедура протоколирования, сопровождаются аудио- и видеопотоколированием. Такой подход экономит время и повышает продуктивность работы юристов. В будущем планируется автоматизировать перевод речи из аудио- и видеоносителей в текстовую информацию в режиме реального времени.

– *Электронные базы судебных решений.* В системе правосудия России публикуется информация о судебных делах всех категорий в специальных информационных системах. К примеру, в системе «Мой арбитр» публикуется информация обо всех судебных спорах в предпринимательской и экономической сферах.

– *Искусственный Интеллект*. Искусственный Интеллект используется для оценки качества работы судей и судебных представителей. Кроме того, данная технология в интеграции с электронными базами судебных решений способна прогнозировать результаты рассмотрения споров.

Анализ перспектив и рисков цифровой трансформации системы правосудия

В результате оценки функционирования существующей судебной системы были определены основные перспективы и угрозы цифровизации правосудия, что отражено в таблице 1, составленной автором на основе комплексного анализа отечественной литературы [2, 4].

Таблица 1

Анализ перспектив и рисков цифровизации судебной системы

Перспективы	Риски
<ul style="list-style-type: none"> • Удобство в составлении и подаче искового заявления; • Снижение нагрузки на кадровый состав аппарата суда; • Сокращение сроков рассмотрения судебных дел; • Уменьшение издержек на проведение судебных заседаний; • Широкие возможности для анализа судебной практики; • Экономия времени на выполнение однообразных задач; • Упрощение отчетности; • Сокращение объема бумажного делопроизводства. 	<ul style="list-style-type: none"> • Риск информационной безопасности; • Недостаток квалифицированных специалистов в области цифровых технологий; • Высокий уровень энергопотребления для обработки и хранения данных; • Возможность несанкционированного использования информации о гражданах, кража данных; • Отсутствие внимания ко всем деталям и тонкостям спорной ситуации из-за строгой логической формализации права; • Возможность принятия абсурдного решения.

На основе проведенного исследования тенденций модернизации судебной системы при помощи цифровых технологий, важно отметить, что полностью перевести судебный процесс в руки Искусственного интеллекта, умных информационных систем невозможно, поскольку нельзя привести к единому стандарту алгоритмы решения всех возникающих спорных ситуаций между гражданами в силу сложности социально-экономических взаимоотношений.

Цифровая трансформация правосудия способна гарантировать прозрачность судебной системы, снизить количество коррупционных случаев, сократить издержки на судопроизводство, однако при данных возможностях остро встает вопрос об информационной безопасности. Поскольку при цифровизации судебной системы активно используются различные информационные сервисы, среди которых и «облачные технологии» хранения данных, то гарантий кражи информации и ее злонамеренного использования быть не может. Таким образом, при реформировании судебной системы важно достаточно большое внимание уделить пересмотру законодательства об информационной безопасности, а также быть готовым к созданию устойчивых и надежных механизмов защиты информации, для чего потребуются существенные финансовые ресурсы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Катрашова, Ю. В. Использование "сквозных" цифровых технологий в сфере государственного управления / Ю. В. Катрашова, Г. Ю. Митяшин // Наука Красноярья. – 2020. – Т. 9. – № 4. – С. 85–102. – DOI 10.12731/2070-7568-2020-4-85-102.
2. Крайнова, Н. А. «Электронные весы правосудия»: цифровизация процессов или оцифровка задач? / Н. А. Крайнова // Криминология: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – № 1(52). – С. 35–38.
3. Плотников, В. А. Перспективы развития и угрозы реализации концепции «умный город» (на примере Санкт-Петербурга) / В. А. Плотников, Ю. В. Катрашова // Экономический вектор. – 2021. – № 1(24). – С. 131–138. – DOI 10.36807/2411-7269-2021-1-24-131-138.
4. Проблемы цифровизации в сфере осуществления правосудия / А. В. Малько, С. Ф. Афанасьев, В. Ф. Борисова, Н. В. Кроткова // Го-

сударство и право. – 2020. – № 10. – С. 151–159. – DOI 10.31857/S102694520012242-7.

5. Центр развития современного права – Информационные технологии в правосудии: состояние и перспективы. [Электронный ресурс] – URL: <http://xn--o1abds.xn--plai/wp-content/uploads/2020/07/w-informacionnie-tehnologii-v-pravosudii.pdf> (дата обращения: 22.03.2022).

Катрашова Юлия Валентиновна – бакалавр, Высшая школа административного управления, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: katrashova.yuv@edu.spbstu.ru

УДК 347.78.032

Макс Каренович Мабе
Институт международного
права и правосудия,
Московский государственный
лингвистический университет

ПРОБЛЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ АДАПТАЦИЙ И ОБНОВЛЕНИЙ КАК ЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ ПЕРЕРАБОТКИ ПРОГРАММ ДЛЯ ЭВМ

Аннотация. Современные реалии создают предпосылки для постоянного совершенствования создаваемых программ для ЭВМ и баз данных. Во исполнение данной задачи авторами, правообладателями, иными исполнителями в соответствии с заключаемыми договорами данные объекты адаптируются под различные устройства, а также выпускаются соответствующие обновления. Чем являются адаптации и обновления программ для ЭВМ: частными случаями переработки, новыми производными произведениями или отдельными объектами авторского права – данный вопрос не находит единого ответа ни в действующем законе, ни в судебной практике. Тем не менее, попытки дать универсальное определение данным процессам предпринимаются современными законодателем, правоприменителем, а также исследователями в области авторского права.

Ключевые слова: авторское право, переработка, производное произведение, адаптация, программы для ЭВМ.

Max K. Mabe

Institute of International Law and Justice,
Moscow State Linguistic University

PROBLEMS OF CLASSIFICATION OF ADAPTATIONS AND UPDATES AS SPECIAL CASES OF PROCESSING COMPUTER PROGRAMS

Abstract. Modern realities create prerequisites for continuous improvement of the created computer programs and databases. In order to fulfill this task, the authors, copyright holders, and other performers, in accordance with the contracts concluded, these objects are adapted to various devices, and appropriate updates are issued. What are adaptations and updates of computer programs: special cases of processing, new derivative works or individual objects of copyright – this question does not find a single answer either in the current law or in judicial practice. Nevertheless, attempts to give a universal definition to these processes are being made by modern legislators, law enforcers, as well as researchers in the field of copyright.

Keywords: copyright, processing, derivative work, adaptation, computer programs.

Отечественное авторское право в условиях компьютеризации все большего количества сфер общественной жизни сталкивается с вопросами, которые возникают в связи с распространением вычислительных программ для решения задач различного профиля. Современные программы для ЭВМ могут выполнять сразу несколько функций в отличие от своих предшественниц, которые были способны на разрешение задач единичного, выделенного для них профиля.

В связи с данным фактом отпала потребность в создании нового функционала для каждой отдельной задачи, вместо этого авторам или правообладателем значительно выгоднее и проще модифицировать уже выпущенные программы. Вопрос обновления или же переработки уже существующих объектов интеллектуальной собственности всецело охватывается положениями отечественного авторского права. Тем не менее, существуют пробелы, которые осложняют регулирование данного процесса, поскольку объекта-

ми интеллектуальной собственности являются произведения различных видов со своими нюансами и, соответственно, аналогия закона или права не может быть реализована в полной мере.

Одним из примеров такого пробела является вопрос квалификации переработки программ для ЭВМ и баз данных, в частности их адаптация. В соответствии с положениями ст. 1270 ГК РФ переработкой вышеназванных объектов может считаться любое внесённое в них изменение, однако в то же время законодатель выводит термин «адаптация» из данного правила [1]. Под адаптацией понимается внесение таких изменений, которые бы позволили программе функционировать на носителе, отличном от того, для которого она была изначально создана, тем не менее, такие изменения не могут включать в себя перевод программы с одного языка на другой. Что касается перевода программы для ЭВМ с одного языка программирования на другой, то данный процесс нельзя приравнивать к переводу художественных произведений, поскольку в этом случае лицу, осуществляющему данный вид переработки, необходимо, помимо лексических и грамматических правил, знать также стилистические, синтаксические и иные особенности [2].

Возникает логичный вопрос, чем отличается адаптация от перевода программы на другой язык, если оба этих процесса не являются творческими в том плане, как это понимается законодателем, а также, почему современное авторское право исключает адаптацию из способов переработки программ для ЭВМ, при этом считая таковым их перевод. Адаптация считается технически и творчески более сложным процессом по сравнению с переводом, поскольку последний может быть выполнен специально обученными машинами [3]. Данный факт нарушает логическую последовательность, которую выстраивает законодатель, устанавливая, что все объекты авторского права, в том числе и производные произведения, должны быть результатом творческого труда. Однако перевод программы с одного языка программирования на другой, выполняется ли он вручную или посредством машины, лишен творческого начала, в отличие от перевода художественных произведений, и преследует исключительно утилитарную цель по смыслу ст. 1261 ГК РФ [1].

Иной пробел заключается в вопросе признания модифицированной программы для ЭВМ в качестве нового производного произведения или же новой версией уже существующей программы без образования производного объекта. В первом случае пользователь в случае издания обновления, выпущенного правообладателем или самим автором, будет обязан заключить новый лицензионный договор на созданное произведение, однако, вместе с тем, на рынке останется более ранняя версия программы [4]. Таким образом, де-факто объект авторского права будет один, программа с выпускаемыми на нее обновлениями, однако де-юре таких программ будет значиться настолько много, насколько много обновлений будет выпущено. Во втором случае новая версия уже существующей программы, появляющаяся посредством внесения определенных изменений, не является новым объектом авторского права, так как изначальная цель ее создания и принцип работы остаются неизменными, однако ввиду того, что законодателем установлена сущность переработки в качестве «любых изменений, за исключением адаптации», данная «обновленная» программа автоматически становится производным произведением, использование которого, как было описано ранее, предполагает заключение самостоятельного лицензионного договора. Таким образом, положения отечественного авторского права относительно вопроса переработки программ для ЭВМ и баз данных не дают четкого ответа или исчерпывающего списка способов создания их производных произведений, а, следовательно, требуют значительных доработок.

Более того правоприменитель в лице судов и иных органов государственной власти либо не дает однозначного определения, как квалифицировать адаптации и обновления программ для ЭВМ, либо дублирует уже существующие положения, изложенные в Гражданском кодексе. Так, например, Минцифры России издало пояснения трактовки вышеуказанных терминов, однако данные разъяснения практически не выходят за рамки того, что установлено ст. 1270 ГК РФ. Единственным отличием является перечисление способов адаптации, а именно: «путем параметрической настройки, доработки и изменения скриптов», — однако тут же

сделана оговорка, что адаптация не исключает внесения изменений в исходный или исполняемый код, равно как и модификация, но при этом не указано, что в таком случае программа будет адаптирована и модифицирована или же только адаптирована [5].

Подводя итоги, можно сказать, что на данный момент основные проблемы, которые связаны с квалификацией адаптаций и обновлений ранее созданных программ для ЭВМ и баз данных, заключаются в противоречивости юридической техники и реальных действий, совершаемых с данными объектами авторского права. Законодателю стоит в первую очередь надлежащим образом определить, что представляет собой модификация программ для ЭВМ, без проведения параллелей с иными видами произведений, и только затем решить вопрос о причастности адаптаций и обновлений к данному процессу.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 11.06.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/ (16.03.2022).

2. Нелегкая судьба модификаций компьютерных программ из-за признания их производными произведениями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://ipcmagazine.ru/asp/difficult-fate-of-modifications-of-computer-programs-due-to-their-recognition-as-derivative-works> (17.03.2022).

3. Трансляторы [Электронный ресурс] // Википедия, свободная энциклопедия. – Режим доступа: URL: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BB%D1%8F%D1%82%D0%BE%D1%80> (19.03.2022).

4. Проблемы регулирования модификации программного обеспечения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://ipcmagazine.ru/asp/software-modification-regulation-issues#2> (17.03.2022).

5. Минцифры России разъяснило, что понимается под адаптацией и модификацией программ для ЭВМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.garant.ru/news/1524948/> (20.03.2022).

Мабе Макс Каренович – Институт международного права и правосудия очной формы обучения МГЛУ, г. Москва, Россия. E-mail: venereumsenum@gmail.com.

УДК 748

Илья Юрьевич Малыгин
Московский государственный юридический
университет имени О. Е. Кутафина

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ НАРРАТИВ, КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ИЗМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЛИКА СЕМЬИ

Аннотация. Цель исследования – демонстрация корреляции влияния социально-экономических и исторических факторов на формирование современного облика семьи, как института. В статье акцентируется внимание на существующих тенденциях развития семейных ценностей. Ценность научно-исследовательской работы заключается в анализе фактических и исторических обстоятельств, которые порождают неопределённость в облике современной семьи. В результате исследования были предоставлены статистические данные, обозначен комплекс проблем, связанный с положением современной семьи.

Ключевые слова: экономические факторы; семейный облик; трансформация семьи; семейные ценности; демография.

Илья Ю. Малыгин
Kutafin Moscow State Law Universit

THE SOCIAL-ECONOMIC NARRATIVE AS MAIN FACTOR OF CHANGING MODERN FORM OF FAMILY

Abstract. The purpose of the study is to demonstrate the correlation of the research of socio-economic and historical aspects of the transformation of the modern appearance of the family, as the institution. The article focuses on the expected trends in the development of family settlements and values. The value of this scientific work is determined in the analysis of natural and historical features that give a rise to uncertainty in the appearance of the modern family. As the result of the study, statistical data were provided that define the complex of problems associated with the condition of the modern family.

Keywords: Economic factors; Family image; family transformation; family values; demography.

Сам термин представляется крайне полисемантическим. Это союз мужчины и женщины, как отражение традиционных ценностей, в юридическом смысле – круг лиц, связанных взаимными правами и обязанностями, вытекающими из брака, родства, усыновления и иной формы принятия детей на воспитание, в экономическом – производственная ячейка общества. Неотвратимым фактом в отношении каждой дефиниции будет её оспоримость на фоне цифровизации, четвёртой промышленной революции и ряда иных факторов, о которых и будет идти речь. Обратимся к основам.

Положение семьи в обществе так же неоднозначно. Это «государство в государстве» во многом определяет социализацию граждан, отвечает за ценностную основу их деятельности, передачу опыта, чему человечество обязано своими успехами, производство и воспроизводство рабочей силы в экономическом контексте и ряд иных функций по спектру сфер общественной жизни, в ходе разговора о семье корреляция с экономикой и государством является субстанционально значимым элементом дискурса [1].

Следует также понимать, что несмотря на единство тенденций трансформации семьи, они затрагивают государства, религиозные и иные «воображаемые сообщества» в различной степени, следование им выбор, остающийся правом на самоопределения как индивида, так и групп – «идеи и человеческая воля сделали мир таким, каков он есть» [2, с. 51], следовательно, необходимо обратиться к различиям наций в абсолютной системе ценностей – WVS или диаграмме Р. Инглхарта. Точкой отсчёта будет Россия, как и основным предметом обсуждения.

По отношению к секулярным ценностям РФ медленно отходит от наследия XIX–XX веков. Традиционализм данного графика включает и вопросы семейного воспитания, отношения партнёров, внутрисемейного распределения прав и обязанностей, применение насилия и прочие факторы, дающие первичное понимание быта и экзистенциальной обстановки людей. Беспокойство в рамках статистического исследования вызывает

нижняя, горизонтальная шкала, именно она в большей степени препятствует сукцессивному (поступательному) движению страны в Северо-восточном направлении рассматриваемой сводки.

Свободные рыночные отношения, качественные инклюзивные институты и грамотная культурно-экономическая политика в рамках демократии, в реальном, а не номинальном формате, существенно влияют на структуру семьи и характер связей, равно как и на весь спектр общественных отношений. Из конstellации намерено исключается «всеобщее благосостояние», ВВП и иные показатели, любая обеспеченность в пределах несвободы и системы по типу «социального кредита», цифрового тоталитаризма и иного идеологического воздействия даже при успехе в хозяйственной сфере, нивелируют большую часть показателей важных для личности и восприятия картины семейных ценностей – показатели счастья, открытости, телеологические аспекты брака (чрезвычайно трудно отделить от индоктринированных категорий) и т. д. Перечисленное трудно измерить. Но мы совершенно точно можем оценить влияние бедности на приоритеты из той представленной выше схемы.

Как строить семью и говорить о ценностях, если вектор существования совпадает с поиском средств личного выживания – речь не идёт про африканскую или индийскую популяцию, страны 3-го мира, демографический бум в которых перекрывает смертность и вызван иными причинами, материальные условия попросту не совпадают с «развитыми порядками», однако это не мешает Малайзии или Южной Африке обойти РФ по ценностям самореализации [3, с. 65]. Так в чём же различие?

Следует провести демаркационную линию между вехами существования семьи, напрямую связанными с морганатическим форматом брака, проще говоря – зависимостью женщины. Де факто она служила в большинстве случаев лишь крайне ограниченному набору целей – рождение и воспитание ребёнка, ведение хозяйства, ситуация с ренессансом кардинально не изменилась, во многом преобразования коснулись привилегированных сословий.

Именно XIX век можно считать точкой отсчёта — эмансипация женщин, опыт социалистического строительства, электоральные практики, культурно-массовое воздействие послевоенного общества, борьба за права по всем правам и наконец технологические перевороты и революции, в том числе и цифровизация. И хотя идеи равенства можно найти ещё в трудах Т. Мора [4, с. 66], именно перечисленные факторы стали связующей нитью для перехода от теории к практике.

Изменилось всё. Дети — некогда производственный актив с ранних лет, стали экономической ношей, ввиду нового витка развития капитализма. Функция наследования, ради которой была совершена революция от матриархата к патриархату также подвергается диффузии и атомизации. Урбанизация, автоматизация, роботизация, наряду с устоявшейся естественно-правовой доктриной ценностей, гарантий женщинам, меньшинствам, детям и прочим, образованием, позволила реинтегрировать их в пул полноценных членов общества, а протекающая эволюция семьи к нуклеарной закрепила данные веяния. Семья перестала быть средством выживания и гармонично вписалась в систему, описанную Бодрийяром [5, с. 163–168] — игровую модель действительности, предполагающую бесчисленные альтернативы устоявшейся и набившей оскомину концепции брака, который во многих странах и вовсе оказывается под угрозой, вынуждая власти принимать ригидную позицию, стараясь загерметизировать сложившийся порядок (политика Китая в области старородящих). Первый апологет и противник изменений — государство. Однако и оно, по мнению Е. Шульман [6], пребывает на сложном этапе неопределённости, балансируя между «новым социализмом», с вертолётными деньгами, базовым безусловным доходом, ролью концерна потребительских услуг по типу «Uber» и централистской моделью идеологической махины «всеобщего благосостояния любой ценой», либо вовсе испытывая проблемы с запоздалым построением институтов, исходя из трудов Д. Аджемоглу и Дж. Робинсона, как следствие — разные семьи для каждого типа.

Однако *curriculum vitae* на то и существует, а теория великой конвергенции и дивергенции, витком которой является глобализация, внушает доверие к результатам исследований опыта «фламанов прогресса» и экстраполяции оных в определённой мере на иные социальные и государственные образования.

Экономика пост-труда. Вывоз средств производства с целью аккумуляции ресурсов для освоения нового технологического уклада принёс миру весьма неожиданные последствия. Аутсорсинг не только оказался выгоднее, но и ускорил процесс метаморфоз характера занятости [7, с. 62]. Чем так значимы интернет, удалённая занятость, девиации новых поколений и их отношение к опыту предков, структуре образования, жизненным ориентиром. Всё это часть семейных ценностей — текущих или потенциальных. Работа XX века, наряду с обучением, служила средством образования семьи по интересам. На смену хиппи и иным объединениям, рассредоточенным и массовым движениям пришли более удобные средства коммуникаций, ознаменовавшие «смерть одиночества». Подобрать единомышленника, партнёра, друга, кого угодно стало возможным, при знании английского и иного языка планета начинает казаться простому обывателю как никогда маленькой.

Как опорный пункт, прежде чем двинуться дальше, следует обобщить: семья в буре текущих изменений выступает не тем же субъектом, что и ранее, имеет роль реципиента при внутренней реструктуризации из имманентных внутрисемейным отношениям и здесь полностью применима концепция диалектического материализма. Семья сохраняет свои функции, но нельзя сказать, что они в тандеме с ценностями остались метафизическими и неподвижными, равно как и способы взаимодействия, всецело определяющие связь лиц, объём свобод, ответственности и иных категорий семейного круга.

Возвращение к видоизменённой расширенной семье не есть редукция и атрофия — это ответ на социальные вызовы в условиях увеличивающихся, по статистике *The Economist* 2020, разводов, ранних и неосознанных решений — 4,7 разводов РФ против

2,5 США на 1000 человек за 2017 [8, с. 61], первое место в мире по этому показателю, демографические ямы, рост суицида в РФ, преимущественно мужского населения и сокращение у этой же группы продолжительности жизни, на фоне мирового роста, низкий уровень культуры к общей массе населения, что сказывается и на уровне здравоохранения (не без издержек существующей системы).

Однако следует обозначить ещё одну проблему и резюмировать изменения. Атмосфера депривации и недоверия, как выяснили шведские учёные-экономисты, неопределённость, отсутствие правозаконности в классическом понимании А. Дісеу, как условий предсказуемости и оправданного построения на основе действий власти целесообразных экспектаций. Это и культура потребления, в которой даже отношения определяются свайпом влево или право, тем самым обесценивая труды преемственности куртуазной поэзии, романтизма и гуманизма и это парадоксально уживается с демократическим устройством, где свобода — апперцируемая сквозь призму синалагматических прав и обязанностей, оторвалась от второго компонента цепи, разрушая бидоминантную связь человека, убивая рефлексивность и осознанность его поступков, возвращая банальный произвол. Усугублению ситуации способствуют решения законодателя в сфере наказуемого насилия как полового, так и домашнего.

Вырисовываются нелюбимые этюды: смягчаются конфликты поколений. За 20 лет условия жизни меняются радикальнее, чем ранее за 200, именно темп и форсированное развитие без учёта телеологического аспекта, при снижении уровня критического мышления, создавая водораздел с интеллектуально одарёнными группами, дезориентированными на фоне данных событий, ставит крест в вопросе о поиске сколь бы то ни было малейшего постоянства. Особенно актуально это в контексте движения эпохи по пути косвенно определённого ещё Вебером, когда деньги, влившиеся в массы и стали его неотъемлемой духовной движущей силой [9, с. 19–21].

Библиографический список

1. **Энгельс Ф.** Происхождение семьи, частной собственности и государства : [перевод с немецкого] / Фридрих Энгельс. М.: АСТ, 2019. 288 с.
2. **Хайек Фридрих.** Дорога к рабству / Фридрих Хайек ; [перевод с английского М.Б. Гнедовского]. М.: АСТ, 2021. 352 с.
3. **Аджемоглу Дарон.** Почему одни страны богатые, а другие бедные / Дарон Адмегомгу, Джеймс А. Робинс ; [перевод с английского Д. Литвинова, С. Сановича, П. Миронова]. М.: АСТ, 2021. 672 с.
4. **Мор Томас.** Утопия; Кампанелла Т. Город солнца ; Бэкон Ф. Новая Атлантида / Томас Мор, Томмазо Кампанелла, Фрэнсис Бэкон; перевод с латыни А. Малеина, Ф. Петровского, З. Александровой. СПб.: Азбука-Аттикус, 2021. 320 с.
5. **Бодрийяр Жан.** Общество потребления / Жан Бодрийяр ; [перевод с французского Е.А. Самарской]. М.: АСТ, 2020. 384 с.
6. **Шульман Е.** Будущее государства и государство будущего// Ведомости 23.02.2016 URL: [https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/02/24/..](https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/02/24/) (дата обращения: 10.12.2021).
7. **Шваб, Клаус.** Четвёртая промышленная революция: пер. с англ / Клаус Шваб. — Москва, Эксмо, 2021. — 208 с.
8. Мир в цифрах — 2020. Карманный справочник / [Пер. с англ. И. Старцева]. М.: Олимп-Бизнес, 2020. 266 с.
9. **Вебер Макс.** Протестантская этика и дух капитализма / Макс Вебер ; [перевод с немецкого М. Левиной]. М.: АСТ, 2021. 352 с.

Малыгин Илья Юрьевич — бакалавр, образовательная траектория «Юрист в сфере энергетики», Московский государственный университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА), Москва, Россия. E-mail: ilja.malygin2016@yandex.ru.

Виктория Игоревна Ревега
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

К ВОПРОСУ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОСТОЯ И НЕЗАКОННЫХ УВОЛЬНЕНИЙ В ПЕРИОД КОВИДНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Аннотация. В связи с распространением ковида-19 и введением ограничений, касающихся непосредственно выполнения трудовых функций работниками, появилось много новых вопросов и правовых споров, так как законодательство оказалось не готовым к появившимся обстоятельствам. В сложный для всего мира период работодатели, воспользовавшись наличием пробелов в российском трудовом законодательстве, стали нарушать права работников. В данной статье анализируются наиболее острые вопросы трудовых правоотношений, возникших в период пандемии, и предлагается их правовое решение.

Ключевые слова: трудовые правоотношения, ковид-19, ограничения, простой, незаконные увольнения.

Victoria I. Revega
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

TO THE ISSUE OF DOWNTIME AND UNLAWFUL DISMISSALS DURING COVID RESTRICTIONS

Abstract. In connection with the spread of covid-19 and the introduction of restrictions related to the direct performance of labor functions by employees, many new questions and legal disputes have arisen, since the legislation was not ready for such circumstances. In a difficult period for the whole world, employers, taking advantage of the gaps in Russian labor legislation, began to violate the rights of employees. This article addresses the most pressing issues of labor relations that arose during the pandemic and offers their legal solution.

Keywords: labor relations, covid-19, restrictions, downtime, unlawful dismissal.

Пандемия коронавирусной инфекции внесла свои коррективы в жизнь людей. Распространение ковида происходило очень быстро, и целью властей было остановить и побороть болезнь, обезопасить людей, их жизнь и здоровье. Пандемия повлияла и на регулирование трудовых правоотношений, так как появились новые обстоятельства и правовые споры, которых не было раньше. Работодатели и работники руководствовались общими принципами права и здравым смыслом, но это, конечно, никак не могло обезопасить стороны трудовых правоотношений от возникновения спорных ситуаций, которые в определенных случаях возможно было разрешить только в судебном порядке, так как досудебное решение не представлялось возможным: стороны не могли прийти к соглашению о правовом регулировании определенных ситуаций в сложившихся обстоятельствах, и им была необходима помощь со стороны. Рассмотрение самых распространенных трудовых споров, возникших в период пандемии, способы их разрешения и появившуюся основу их разрешения и является главной целью настоящей статьи.

Первые решения судов по спорам между работниками и работодателями в основном касались невыплаты зарплаты и признания увольнения незаконным. Рассмотрим же подробнее.

Суды столкнулись с требованиями работниками той или иной компенсации. Так, с наступлением пандемии многие работодатели оказались не способны обеспечить своих работников той работой, которую они выполняли до пандемии, поэтому были вынуждены объявить простой. В соответствии со ст. 72.2 ТК РФ простой – возникшая по причинам экономического, технологического, технического или организационного характера временная приостановка работы. Регулирование оплаты простоя зависит от причин его возникновения, это закреплено в ст. 157 ТК РФ. В данной ситуации простой возник по независящим от работника и работодателя причинам, поэтому работодатель обязан выплачивать работнику не менее 2/3 тарифной ставки, должностного оклада, рассчитанных пропорционально времени простоя [1, ч. 2 ст. 157]. Так как трудовым кодексом определена нижняя граница, работодатели вправе по собственному усмотрению платить больше.

Но на практике это очень маловероятная ситуация. Такое положение достаточно невыгодно для работников, поэтому они, в свою очередь, пытаются обжаловать приказы об объявлении простоя в судебном порядке.

Однако хотелось бы обратить внимание на попытки работодателей заставить работников работать даже при объявлении простоя. В этих ситуациях работодатель вводит время простоя «на бумаге», фактически же вводя либо дистанционный режим работы, либо принуждая работников выполнять трудовые обязанности в обычном режиме. Однако во время простоя работники не должны исполнять свои трудовые обязанности, именно поэтому заработная плата сокращается до 2/3 оклада. В пример решения спора по данному вопросу можно привести решение Северобайкальского городского суда Республики Бурятия от 23.10.2020 по делу № 2–989/2020. Истица обратилась с иском, в котором объяснила, что работодатель, несмотря на введение простоя и установления работникам оплаты времени простоя в размере 2/3 оклада, требовал приходить на рабочее место, и, в связи с этим работники фактически продолжали работать полный рабочий день. Суд удовлетворил исковое требование о взыскании с работодателя невыплаченную зарплату. Таким образом, фактически отработанный период во время простоя следует признать рабочим временем, так как работник по поручению работодателя продолжал исполнять свои трудовые обязанности. В настоящее время работнику решить такой спор самостоятельно без обращения в суд представляется очень сложным, и даже в судебном порядке это удастся не во всех случаях.

Кроме того, следует обратить внимание на споры, касающиеся неоплачиваемого отпуска. Некоторые работодатели отправляли работников без их согласия в неоплачиваемый отпуск. Такие действия нарушают ст. 128 ТК РФ, согласно которой отпуск без сохранения зарплаты может быть предоставлен работнику только по его письменному заявлению. Примером такого трудового спора может стать дело № 2–1303/2020, по которому Ленинский районный суд г. Санкт-Петербурга вынес решение от 01.10.2020. Работодатель отправил работника в неоплачиваемый отпуск без его ведома, часть

отпуска пришлось на период, в который были установлены нерабочие дни с сохранением заработной платы. Суд поддержал работника: предоставление отпуска без сохранения зарплаты возможно исключительно по письменному заявлению работника, – и удовлетворил требования истца. Кроме того, необходимо отметить, что Минтруд рекомендовал не включать в число дней оплачиваемого отпуска нерабочие дни с 30 марта по 3 апреля 2020 года. Таким образом, даже если работник не мог быть обеспечен работой, он не уходил в оплачиваемый отпуск, а не работал либо с сохранением заработной платы, либо 2/3 оклада в случае объявления простоя.

Следует сказать и о случаях объявления простоя в период нерабочих дней с 30 марта по 3 апреля 2020 года. Исходя из информации, представленной в Бюллетене судебной практики по гражданским делам Свердловского областного суда за второй квартал 2020 г., можно сделать вывод, что работодатель не может объявить простой в период нерабочих дней с 30 марта по 3 апреля 2020 года и обязан сохранить работнику заработную плату, а не выплачивать 2/3 оклада за время простоя, потому что он – работодатель, когда вводит режим простоя, не может не учитывать, что для него является обязательным объявленный Президентом РФ режим нерабочих дней с сохранением заработной платы [2, с. 28]. Примером разрешения спора по данному обстоятельству может быть постановление Шестого кассационного суда общей юрисдикции от 31.03.2021 № 16–1923/2021. Работодатель объявил простой на предприятии 13 апреля 2020 года с оплатой в размере 2/3 от оклада. Работники подали жалобу на приказ в трудовую инспекцию. По итогам проверки трудовой инспекции работодатель был оштрафован на 3 000 рублей по ст. 5.31 КоАП РФ.

Вторым самым распространенным поводом для судебного разбирательства в период пандемии стало требование работника признать его увольнение незаконным. Некоторые работодатели с наступлением пандемии стали увольнять работников по причине наступления чрезвычайного обстоятельства, препятствующего продолжению трудовых отношений (военные действия, катастрофа, стихийное бедствие, крупная авария, эпидемия и др.) [1, п. 7

ч. 1 ст. 83 ТК РФ]. Но дело в том, что ни в одном из субъектов РФ так и не было объявлено чрезвычайное положение. Примером разрешения такого спора может быть дело №2–2145/2020, по которому Московский городской суд вынес апелляционное решение от 26.02.2021. По материалам дела Останкинский межрайонный прокурор г. Москвы обратился в суд с требованием к работодателю о признании приказа об увольнении незаконным, восстановлении на работе, взыскании среднего заработка за время вынужденного прогула, компенсации морального вреда каждому из истцов. Приказом работодателя были прекращены трудовые отношения с сотрудниками обособленного подразделения по п.7 ст.83 ТК РФ. Но обстоятельство увольнения было определено неверно, так как чрезвычайных обстоятельств объявлено не было, был введен лишь режим повышенной готовности. Таким образом, работодатели с наступлением пандемии не имели права увольнять работников по п. 7 ст. 83 ТК РФ, так как чрезвычайных обстоятельств не было обозначено, а в субъектах был введен режим повышенной готовности.

Другим поводом для незаконного увольнения для работодателей стали якобы прогулы работников. Указом Президента РФ № 239 дни с 30 марта по 4 апреля 2020 объявлялись нерабочими с сохранением заработной платы [3, ч. 1]. Позже нерабочий период несколько раз продлевался. В ТК РФ под прогулом понимается отсутствие без уважительных причин работника на рабочем месте в течение либо всего рабочего дня, либо более четырех часов подряд. В упомянутом указе с 30 марта по 4 апреля 2020 года нерабочие дни с сохранением заработной платы устанавливаются не для всех работников. Именно поэтому возникли спорные ситуации. Примером разрешения подобного спора может стать определение Девятого кассационного суда общей юрисдикции от 18.02.2021 № 88–998/202. Истец обратился с требованием признать факт его увольнения незаконным и обосновал это тем, что его не уведомили надлежащим образом о включении его в число муниципальных служащих, которые должны обеспечивать в период объявленных нерабочих дней функционирование органа местного самоуправления, поэтому он отсутствовал на рабочем месте, соблюдая ре-

жим самоизоляции [4, с. 2]. Судебная коллегия по гражданским делам Камчатского краевого суда поддержала истца.

Кроме того, недобросовестные работодатели с началом пандемии стали принуждать работников писать заявление на увольнение по собственному желанию, чтобы не быть обязанными выплачивать 2/3 оклада при объявлении простоя или сохранять за работником заработную плату в период нерабочих дней, объявленных Президентом РФ. Однако Московский суд Петербурга вынес прецедентное решение по трудовому спору, связанному именно с принуждением к увольнению [5]. Петербуржец смог доказать, что работодатель заставил его написать заявление на увольнение. Решением суда мужчина был восстановлен на работе, а работодатель обязывался выплатить ему компенсацию за вынужденный прогул.

При рассмотрении судебной практики периода пандемии необходимо уделить также внимание и изменению законодательства. 1 января 2021 г. вступил в силу Федеральный закон от 8 декабря 2020 г. № 407-ФЗ. Были введены новые форматы удаленной работы, урегулирован порядок перевода работников на удаленную работу, изменены основания увольнения работников. Однако несмотря на это, все еще остается много неурегулированных вопросов, которые также требуют внимания и детализации.

Пандемия новой коронавирусной инфекции сильно повлияла на все сферы жизни человека. Выше мы рассмотрели лишь малую часть тех изменений, которые произошли в трудовом праве под влиянием новых обстоятельств. В настоящее время трудовые отношения стали еще более многогранными, чем были раньше, и обе стороны этих правоотношений – и работник, и работодатель – нуждаются в их четкой регламентации. С начала пандемии прошло достаточно много времени, поэтому уже есть определенный выработанный материал, детализация и объяснение разрешения различных споров, но впереди еще большой объем работы, которую работникам и работодателям необходимо будет проделать с учетом интересов друг друга, а задача законодателя – прислушаться к нуждам участников трудовых правоотношений и сделать их регламентацию как можно более понятной.

Библиографический список

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 25.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2022) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ / http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения: 04.03.2022).

2. Бюллетень судебной практики по гражданским делам за 2 квартал 2020 года [Электронный ресурс] // Свердловский областной суд. URL: http://www.ekbobsud.ru/sudpr_det.php?srazd=5&id=269&page=1 (дата обращения 27.03.2022).

3. Указ Президента РФ от 02.04.2020 N 239 «О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349217/ (дата обращения: 08.03.2022)

4. Определение Девятого кассационного суда общей юрисдикции от 18.02.2021 № 88-998/2021, 2-895/2020 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. Режим доступа: по подписке (дата обращения: 08.03.2022)

5. Право заработать. [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2020/12/07/peterburzhес-osporil-uvolnenie-v-period-nerabochih-dnej.html> (дата обращения: 27.03.2022)

Ревега Виктория Игоревна – бакалавр, Высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: revegavika@gmail.com.

УДК: 343.2/.7

*Наталья Владимировна Горбач,
Яна Андреевна Слотина*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого
e-mail: nataliagorbach2001@gmail.com

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СОВЕРШАЕМЫХ В СФЕРЕ КИБЕРСПОРТА

Аннотация. Спорт всегда являлся неотъемлемой частью жизни человека. И как любая сфера жизнедеятельности он модернизируется и претерпевает изменения. Процесс цифровизации так же оказал существенное влияние на данную сферу: был выделен новый вид спорта – киберспорт. Это изменение породило новую область отношений, которая требует соответствующего правового регулирования со стороны государства. Предметом исследования, проводимого в настоящей статье, являются динамичность развития и распространённость преступлений в сфере киберспорта. В работе авторы дали общую характеристику основным противоправным деяниям, совершаемым в сфере киберспорта посредством различных способов, а также определили главные направления, которые будут способствовать противодействию данным противозаконным деяниям.

Ключевые слова: киберспорт; Интернет; допинг; букмекерская контора; киберпреступления.

*Natalia V. Gorbach,
Yana A. Slotina*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnical University

CHARACTERISTICS OF CRIMES COMMITTED IN THE FIELD OF ESPORTS

Abstract. sport has always been an integral part of human life. And like any sphere of life, it is being modernized and undergoing changes. The process of digitalization also had a significant impact on this area: a new kind of sport –

esports – was highlighted. This change has given rise to a new area of relations that requires appropriate legal regulation by the State. The subject of the research conducted in this article is the dynamism of development and prevalence of crimes in the field of esports. In the paper, the authors gave a general description of the main illegal acts committed in the field of esports through various methods, and also identified the main directions that will contribute to countering these illegal acts.

Keywords: esports; Internet; doping; bookmaker; cybercrime.

Цифровизация – это объективный процесс, который охватывает все сферы жизнедеятельности. И сфера спорта здесь не стала исключением. Информационные технологии активно вошли в сферу спорта; появился новый вид спорта – киберспорт.

Так, под видом спорта понимают его часть, которая признана в соответствии с требованиями Федерального закона «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 4 декабря 2007 года № 329-ФЗ обособленной сферой общественных отношений, имеющей соответствующие правила, утвержденные в установленном настоящим Федеральным законом порядке, среду занятий, используемый спортивный инвентарь (без учета защитных средств) и оборудование [1].

Киберспорт – это вид соревновательной деятельности и специальной практики подготовки к соревнованиям на основе компьютерных и (или) видеоигр, где игра предоставляет среду взаимодействия объектов управления, обеспечивая равные условия состязаний человека с человеком или команды с командой. Понятие киберспорта полностью соответствует признакам содержания понятия вида спорта. Именно поэтому было предпринято несколько попыток признания киберспорта как официального вида спорта [2]. Однако окончательно данный процесс завершился лишь в 2016 году [3]. Стоит также отметить, что особую популярность киберспорт приобрел в период пандемии COVID. Это связано непосредственно с повсеместным внедрением дистанционных технологий. В период самоизоляции невозможно было проводить зрелищные и массовые мероприятия, что ограничило проведение множества спортивных соревнований, однако на сферу кибер-

спорта, не предполагающую прямых контактов между участниками, это не оказало существенного влияния.

Широкое распространение информационных технологий стало одной из причин развития новой преступной среды – речь идет о преступлениях, совершаемых в сфере киберспорта.

Выделим основные виды данных преступлений. К ним можно отнести:

1. Атаки на отказ в обслуживании (DoS/DDoS).

Представляет собой хакерскую атаку на серверы. Речь идет о «краше», то есть непредусмотренном аварийном завершении матча с целью срыва соревнования. Так, добросовестным игрокам может быть ограничен либо полностью заблокирован доступ к системе. Чаще всего это происходит в двух случаях. Первый случай – обрушение на сервер вредоносных носителей с целью шантажа. Создатели атаки могут вымогать деньги за ее прекращение и возобновление турнира. Второй – обрушение атаки на сервер, когда исход игры уже очевиден, но официально не засчитан. В данном случае целью является срыв матча и дальнейшая переигровка. Также стоит отметить, что при официальном признании проигрыша атака также может быть произведена из мести непосредственно проигравшей командой.

2. Кража персональных сведений.

Кража данных со STEAM-аккаунтов – это довольно распространённое явление в последние годы. Растет количество мошенников, которые не только не прочь получить доступ к личным данным, но и завладеть учетной записью влиятельного киберспортсмена. Ранее данное деяние квалифицировалось по статье 152 УК РФ «Кража персональных данных». Однако на сегодняшний день она утратила свою силу, поэтому данное правонарушение может быть квалифицировано по статье 272 УК РФ «Неправомерный доступ к компьютерной информации» и по статье 159.6 УК РФ «Мошенничество в сфере компьютерной информации», а именно хищение чужого имущества, путём вмешательства в функционирование средств хранения компьютерной информации [4].

3. Употребление допинга.

Удивительно, но в киберспорте наравне с традиционными видами спорта широкое распространение приобрел допинг. Преимуществом обладают психоактивные вещества, оказывающие влияние на мозговую деятельность. Всемирное антидопинговое агентство WADA объявило список запрещенных препаратов, в который входят: стероиды, модуляторы метаболизма, препараты, стимулирующие нервную систему, анаболики, пептидные гормоны роста и некоторые наркотические вещества [5].

Среди киберспортсменов наиболее популярен психотропный стимулятор аддералл, который повышает концентрацию внимания. Однако мнения исследователей здесь расходятся. Пока нет точного ответа на то, даёт ли аддералл преимущество киберспортсмену или нет? Но одно известно точно – употребление аддералла на территории Российской Федерации запрещено.

4. Финансовые махинации со ставками.

Данная категория преступлений включает в себя широкий перечень преступных схем:

1). Продажа в социальных сетях «достоверных» сведений об исходе матча через проверенных информаторов либо продажа прогнозов на спорт с гарантией прибыли.

2). Раскрутка счёта в букмекерской конторе, в результате чего происходит снятие денежных средств.

3). Покупка спортивных прогнозов в складчину. Мошенник предлагает осуществить совместную покупку прогноза, просит перевести деньги на счет, после поступления денег злоумышленник исчезает.

4). Использование нелегальных программ для ставок на спорт.

Также существуют деяния, которые запрещены конкретно внутренним организационным регламентом. К ним можно отнести:

1. Участие несовершеннолетних в матчах, где участники должны достичь совершеннолетнего возраста. Существует определённый риск восприятия деятельности интернет-платформы для проведения киберспортивных турниров как азартной игры [6, с. 16].

2. Кроме того, сюда относят и махинации с игровыми аккаунтами или «буст» – довольно популярный способ прокачать аккаунт до элитного статуса, не прилагая к тому усилий. Для профессионального игрока это легкие деньги, а для других шанс быстро прокачать свой аккаунт в короткий срок. В лучшем случае, за бустерство разработчики могут лишиться игрока всех достижений и навсегда отстранить от участия в турнирах. В худшем, например, в Южной Корее, за буст предусмотрено уголовное наказание в виде лишения свободы и штрафа.

3. Еще один вид деяний, запрещенный разработчиками – программные модификации или читерство [7].

Вышеперечисленные деяния не запрещены законодательством Российской Федерации, однако ряд стран признали данные действия противоправными и предусмотрели за них ответственность.

Таким образом, был проведен комплексный анализ преступлений в сфере киберспорта, описаны и охарактеризованы основные виды данных деяний. Так, повышенное внимание к киберспорту ставит под угрозу не только организаторов турниров, спонсоров и игроков, но и обычных пользователей и зрителей соревнований.

Авторы пришли к выводу, что главной среди заявленных проблем является отсутствие единого согласованного подхода государств по выработке предписаний, направленных на борьбу с преступлениями в сфере киберспорта. А так как с каждым годом количество преступных схем растет и усложняется, важным является обеспечить безопасность всех лиц при проведении кибертурниров и создать такие способы организации противодействия рассматриваемым преступлениям, которые будут осуществлять правовое регулирование данной сферы.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 29 июля 2013 г. – №30. – ст. 4031.

2. Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации от 17.06.2010 № 606 «О признании и включении

видов спорта, спортивных дисциплин во Всероссийский реестр видов спорта».

3. Приказ Министерства спорта Российской Федерации от 29.04.2016 № 470 «О признании и включении во Всероссийский реестр видов спорта спортивных дисциплин, видов спорта и внесении изменений во Всероссийский реестр видов спорта».

4. Уголовный кодекс РФ от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 17 июня 1996 г. – № 25. – Ст. 2954.

5. The World Anti-Doping Code International Standard // URL: www.wada-ama.org/sites/default/files/wada_2019_english_prohibited_list.pdf (дата обращения: 01.07.2021).

6. **Сутырина, Е. В.** Правовые особенности организации турнира по киберспортивной игре / Е. В. Сутырина // Отечественная юриспруденция. – 2019. – № 2. С. 9–19.

7. Читы, хаки и кибератаки: TrendMicro предупреждает об угрозах в киберспорте и игровой индустрии // URL: www.mont.com/ru/news/3863 (дата обращения 01.07.2021).

8. Устав Общероссийской общественной организации «Федерация компьютерного спорта России» от 29.02.2020 г. // с. 3

9. Жестокие игры: как обманывают в киберспорте // URL: www.gazeta.ru/tech/2020/01/11/12903872/cybersport_danger.shtml?updated (дата обращения 19.06.2021).

Горбач Наталья Владимировна – специалист, Высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: nataliagorbach2001@gmail.com.

Слотина Яна Андреевна – специалист, Высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. R-mail: yana.slotina08@gmail.com.

УДК 340.13

Елена Евгеньевна Ульянова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ПРОБЛЕМА ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ TWICH И YOUTUBE)

Аннотация. В работе дается общая характеристика интернет-стриминга как феномена развития глобальной сети Интернет. В условиях увеличения популярности данного явления и его влияния на формирование миропонимания у несовершеннолетней аудитории, поднимается вопрос правового регулирования стриминговых платформ в Российской Федерации. В статье рассмотрены основные проблемы правового регулирования онлайн-трансляций и возможные пути решения данных проблем. Для того чтобы наглядно обосновать необходимость обратить особое внимание на проблему правового регулирования стриминговых платформ, автором приводятся реальные примеры нарушения российского законодательства на данных сервисах.

Ключевые слова: стриминговые платформы, треш-стримы, донаты, ответственность, трансляции; азартные игры.

Elena E. Ulyanova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

THE PROBLEM OF LEGAL REGULATION OF STREAMING PLATFORMS IN THE RUSSIAN FEDERATION (USING THE EXAMPLE OF TWITCH AND YOUTUBE)

Abstract. The paper gives a general description of Internet streaming as a phenomenon of the development of the global Internet. In the context of the increasing popularity of this phenomenon and its influence on the formation of a worldview among a minor audience, the issue of legal regulation of streaming platforms in the Russian Federation is being raised. The article discusses the main problems of legal regulation of online broadcasts and

possible solutions to these problems. In order to clearly substantiate the need to pay special attention to the problem of legal regulation of streaming platforms, the author provides real examples of violations of Russian legislation on these services.

Keywords: streaming platforms, trash streams, donations, responsibility, broadcasts; gambling.

Развитие цифровых технологий с каждым днем приносит в жизнь людей всё больше инноваций. Таким инновационным явлением, стремительно набирающим популярность среди пользователей сети Интернет, становятся стриминговые платформы. Само понятие «стриминг» появляется во второй половине XX века и берет своё начало как термин, используемый специалистами телекоммуникаций для обозначения вещания в прямом эфире. Сейчас же данное определение имеет более широкий смысл и применяется для обозначения онлайн трансляций на Интернет-сервисах в режиме реального времени. Трансляции могут иметь различное содержание, например, инициатор вещания может высказывать своё мнение на тему тех или иных событий, проводить мастер-классы, делиться со зрителями важными моментами в своей жизни и т.д. Самой популярной разновидностью «стримов» на данный момент, являются игровые стримы, подразумевающие прохождение популярных компьютерных игр.

Инициатора прямой трансляции принято называть «стример». Им может стать любой человек, имеющий устройство с камерой и обладающий возможностью выхода в глобальную сеть. Но стоит отметить, что с 2019-го года, такие платформы как YouTube и Twitch ввели ограничения, согласно которым дети, не достигшие возраста тринадцати лет, могут вести онлайн-трансляции только в присутствии совершеннолетнего лица. Для зрителей же нет абсолютно никаких ограничений, нужно лишь иметь доступ к стриминговым платформам.

Именно из-за того, что доступ к вещанию в формате реального времени может получить практически любой человек, существует проблема правового регулирования и контроля за стримами. По данным 2020-го года, только на платформе Twitch в эфир выходи-

ло более 130 тысяч стримеров из СНГ. [1] Количество желающих вести трансляции растет с каждым днем и становится невероятно трудно отследить их действия, во время стрима. Призыв к насилию, дискриминация, оскорбления, пропаганда запрещенных веществ, аморальное поведение и совершение противоправных деяний – нередко случаются на онлайн-трансляциях. Российское законодательство (впрочем, как и законодательство зарубежных стран) никак не регулирует и не осуществляет должного надзора за стримами. Это происходит из-за отсутствия нормативной базы, а прямые трансляции в сети Интернет не попадают под закон о СМИ (далее – О средствах массовой информации Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1). Кроме того, ситуацию усложняет то, что стриминговые платформы принадлежат иностранным компаниям. Что касается Роскомнадзора, то данный орган может ввести санкции против самой платформы, но не в отношении конкретной трансляции или конкретного стримера.

С данной проблемой самостоятельно пытаются бороться как Twitch, так и YouTube. На обеих площадках существует система четких правил поведения стримера на трансляции. За нарушение данных правил платформа вводит против стримера санкции, начиная со снятия монетизации (монетизация на основе данных означает использование, продажу или доступ к данным для получения дохода до полной блокировки канала безвозвратно [2, с. 236]). Если YouTube чаще пользуется своим правом на снятие монетизации за нарушение правил платформы, то Twitch ведет более строгую политику. В соответствии с правилами данного стримингового сервиса, пользователь попадает в пожизненную блокировку, если происходит демонстрация насилия, угрозы в адрес других лиц, распространение порнографии, нарушение авторских прав, самоистязание и т. д. Также Twitch не приемлет гендерной дискриминации, расизм, сексуальность и наготу (данное правило относится только к мужчинам), а также дискриминацию по национальному признаку и дискриминацию на основании ориентации человека. Стоит отметить, что пользователи платформы отмечают частую необоснованность блокировки. В любом случае, как зритель, так и стри-

мер сохраняют за собой право подачи в администрацию жалобы о несогласии с блокировкой.

К сожалению, как бы не старались сами стриминговые платформы, предотвратить трансляции непотребного контента полностью не представляется возможным. Ситуацию усугубляет то, что в погоне за популярностью и обогащением некоторые стримеры готовы буквально на всё. Печальным результатом данного стремления стало появление такого жанра стримов как треш-стримы. Суть треш-стримов заключается в том, что за определенное денежное вознаграждение – донаты (донат – «денежная сумма за определенную внутриигровую покупку», «собственно внутриигровая покупка», «пожертвование, поддержка чьей-либо деятельности в сети» [3]), стример или другие лица, участвующие с ним в трансляции, выполняют унижительные и аморальные задания зрителей. Часто эти задания противоречат не только нормам морали, но и закону. Само по себе унижение человеческого достоинства является нарушением статьи 21 Конституции Российской Федерации «никто не должен подвергаться жестокому или унижающему человеческое достоинство обращению или насилию. Нечасто, но бывают случаи, когда онлайн-трансляция заканчивалась для стримера лишением свободы. Так, в декабре 2020-го года стример под псевдонимом Reeflay (Решетников Станислав) во время своей трансляции вступил в конфликт со своей знакомой в результате чего выгнал её на улицу без верхней одежды, после продолжил свой стрим. Спустя два часа Решетников обнаружил свою знакомую без сознания. Прибывшая бригада скорой помощи констатировала смерть девушки в результате воздействия низких температур. Суд приговорил Станислава Решетникова к шести годам колонии строгого режима по статье 111 УК РФ "Умышленное причинение вреда здоровью». Дело Reeflay вызвало широкий общественный резонанс, в результате чего, Совет Федерации намерен ввести уголовную ответственность за организацию треш-стримов. Сенатор Алексей Пушков предложил дополнить статью 282 УК РФ «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства» новым пунктом, который запрещал бы проведение треш-

стримов. Данная статья предусматривает наказание в виде штрафа или лишения свободы сроком до шести лет [4, с. 206]. К сожалению, на момент написания данной статьи, поправки в УК РФ ст. 282 до сих пор находятся на этапе согласования.

Еще одной существенной проблемой является правовое регулирование и контроль за рекламой на стриминговых платформах. Вообще, можно говорить о том, что на данный момент в российском законодательстве в большинстве своем отсутствуют положения, регулирующие рекламу в сети Интернет. Существуют отдельные заключения касательно распространения рекламы по сетям электросвязи, но данные заключения не учитывают особенности содержания и распространения рекламы в Интернете. Стримеры, желающие быстро подзаработать, рекламируют онлайн-казино, финансовые пирамиды, интернет-мошенников и т. д. Такие «рекламодатели» готовы щедро заплатить, если на трансляции стример порекомендует их своим зрителям. Так, например, за час рекламы сайта азартных игр стримеру-миллионнику Mizkif предлагали 35 тысяч долларов. Такая реклама является незаконной. В соответствии с ФЗ-244 (ч. 3 ст. 5) деятельность по организации и проведению азартных игр с использованием информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», а также средств связи, в том числе подвижной связи запрещена. Далее обратимся к ФЗ «О рекламе» в части 2 статьи 27 данного закона прописано, что не допускается реклама, основанных на риске игр, пари в сети Интернет. За подобную рекламу предусмотрена ответственность в соответствии с КоАП РФ. А именно, ст. 14.3 гласит «нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет за собой наложение штрафа». Для физических лиц в размере от 2000 до 2500 рублей. Штраф для должностных – от 4000 до 4500 тысяч рублей, а для юридических лиц штраф, составляет от 100 000 до 500 000 рублей. Несмотря на законодательный запрет, проблема рекламы азартных игр на стриминговых платформах существует и на сегодняшний день. Стримеру выгодней заплатить штраф как физическому лицу, чем терять выгодный рекламный контракт. Борьба

с данной проблемой решились сами стриминговые сервисы. Например, Twitch в августе 2021-го года запретил рекламу азартных сервисов. В случае рекламы такого рода, стримера ждет блокировка [5].

Завершая данную статью, можно говорить о том, что выдвинутые проблемы в области правового регулирования стриминговых платформ требует решения посредством реформирования законодательства и ужесточения ответственности как по гражданскому, так и по Уголовному кодексу Российской Федерации. Такая необходимость обусловлена тем, что стримеры оказывают большое влияние на формирование мировоззрения у своей аудитории, которая в большинстве своем состоит из молодых и весьма впечатлительных зрителей.

Библиографический список

1. Winstrike., Esports Charts. Twitch в СНГ:итоги 2020 года// VC.RU // [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/winstrike/255320-twitch-v-sng-itoqi-2020-goda> (дата обращения: 16.03.2022).
2. **Леднева О. В., Лосева А. В., Канцев Г. А.** Способы монетизации онлайн компьютерных и мобильных игр // Economic sciences – М., 2021. – С. 236–237.
3. **Жужгов С. В.** К вопросу о заимствовании русских жаргонных лексем с основой «донат». – ЕКБ., 2020. – С. 97.
4. **Грачева Ю. В., Маликов С. В.** Треш-стрим: социальная обусловленность криминализации //Криминалистика и криминология. Судебная экспертиза – М., 2021. – С. 206.
5. **Зятников А.** Twitch запретил рекламу казино и рулеток// Meta cybersport // [Электронный ресурс]. URL: <https://cybersport.metaratings.ru/amp/news/twitch-zapretil-reklamu-kazino-i-ruletok--1029103/> (дата обращения: 16.03.2022).

Ульянова Елена Евгеньевна – бакалавр, высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы, 40.01 «Юриспруденция», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия. E-mail: ulyanova.ee@edu.spbstu.ru.

УДК.349

Софья Андреевна Филякова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

СМАРТ-КОНТРАКТЫ: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

Аннотация. Статья посвящена проблеме неопределенности правовой природы смарт-контракта в России и правому регулированию данной конструкции. В рамках статьи проведен анализ категории смарт-контракта с технической и юридической позиций, исследована его правовая природа, проанализирована законодательная регламентация конструкции, на основе чего выделены основные признаки смарт-контракта. Важность исследования обуславливается активным процессом цифровизации во многих сферах человеческой деятельности, что предполагает и перенос договорных отношений в технологическое пространство. В ходе исследования были использованы общенаучные (формально-логический, системно-структурный, анализ и синтез) методы, а также научно-технические (систематический, технико-юридический, метод единства теории и практики).

Ключевые слова: смарт-контракт, договорное право, блокчейн, цифровое право.

Sofya A. Filyakova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

SMART CONTRACTS: PRESENT AND FUTURE

Abstract. The title reveals a problem of uncertainty of the legal nature of a smart contract and legal regulation of this construction in Russia. The article analyzes the category of a smart contract from a technical and legal standpoint, examines its legal nature, analyzes the legislative regulation of the construction, on the basis of which the main features of a smart contract are highlighted. The importance of the research is conditioned by the active process of digitalization in many spheres of human activity, which also implies the transfer of contractual relations to the technological space. In the course of the research, general scientific (formal-logical, system-structural, analysis and synthesis) methods

were used, as well as private-scientific (systematic, technical-legal, method of unity of theory and practice).

Keywords: smart contract, contract law, blockchain, digital law.

Многие правоведы приходят к выводу о том, что правовая система России в условиях цифровизации претерпевает целую трансформацию, которая проявляется, в первую очередь, в формировании новых правил нормообразования, полностью отличающихся от методологии привычной системы российского права; принятии программ и нормативно-правовых актов, направленных на юридическое сопровождение цифровой экономики. Происходящая революция в технологиях — не просто переход от одного способа производства к другому или совершенствование орудий труда, как было в предыдущие переломные этапы человечества. Главное отличие этих изменений в том, что технологические новшества меняют не только уклад жизни, но и саму природу правового регулирования.

Именно по этой причине в последние годы стали выделять особое направление — цифровое право (Digital law), регулирующее правоотношения, связанные с применением цифровых технологий физическими и юридическими лицами. Вопрос о том, является оно отдельной отраслью или только подотраслью уже существующего права — остается дискуссионным, но можно с уверенностью сказать, что в российском законодательстве нет раздела, связанного исключительно с цифровыми технологиями: все правовые нормы, находятся в разных нормативно-правовых актах. Так цифровое право базируется на гражданском (в частности, на обязательственном и праве интеллектуальной собственности), финансовом праве.

Отдельно в цифровом праве выделяют правовое регулирование договорных отношений. Можно сказать, что это одна из глобальных целей юриспруденции в цифровом мире — преобразовать традиционные правовые инструменты для регулирования отношений в «цифре». Когда идет речь о заключении различных договоров с использованием информационных технологий, то их основной чертой является создание документов в цифровом формате, а также возможность проверить соблюдение или нарушение

условий договора без участия юриста. С этими функциями может успешно справляться конструкция смарт-контракта (*далее*, SC). Сама по себе она имеет ряд положительных сторон: надежную защиту данных в силу зашифрованности кода, быстроту исполнения обязательств по контракту и предельную точность условий. Надо отметить, что SC может исследоваться и с юридической, и с технической стороны. Но встает логичный вопрос: какова правовая природа конструкции SC и как нужно осуществлять ее техноправовое регулирование?

Стоит отметить, что единого мнения и ответа на вопрос о правовой природе SC среди правоведов нет. И, как следствие, расходятся и взгляды на способ регулирования. Так, например, рассматривая SC как технологию, Л. А. Новоселова замечает, что он воспринимается как фрагмент кода, применяемый на платформе блокчейн и продвигается блокчейн-транзакциями. Описание схемы исполнения этого контракта осуществляется на языке программирования при помощи математических инструментов, что устраняет почву для расхождений при трактовке условий сделки [1, с. 6]. А. И. Савельев, наоборот, относит смарт-контракт *к договору*, существующему в форме программного кода, имплементированного на платформе блокчейн, который обеспечивает автономность и самоисполнимость условий такого договора [2, с.6]. Такой вывод ему позволили сделать изученные особенности SC: 1) обязательное наличие электронной подписи; 2) изложение условий договора на языке программирования; 3) заключение контракта на основе договора присоединения, поскольку условия формулируются лишь одной стороной — той, которая программирует, остальные же стороны могут только присоединиться; 4) высокая степень определенности условий и, как следствие, необязательность традиционных средств толкования договора; 5) распоряжение определенной ценностью, как и в обычном договоре, единственным отличием которой является то, что она цифровая. А. А. Волос в классификации смарт-контракта схож с позицией А. И. Савельева и определяет SC в общем виде как запрограммированный договор [3, с. 6]. А Л. Г. Ефимова и О. Б. Сизимова в результате изучения

конструкции СК приходят к мнению, что ее можно отнести к *не-самостоятельным правовым конструкциям*, которые содержатся в первой части ГК РФ и отражают в себе особенности и правовые последствия любого гражданско-правового договора, если он соответствует указанным в законе признакам. Кроме того, они не согласны с идентификацией смарт-контракта в качестве сделки и выделяют в качестве предмета конструкции финансовый цифровой актив [4, с.6]. Таким образом, правоведы во многом сходятся с точки зрения выделения отличительных особенностей СК, но по-разному определяют его правовой режим.

Помимо доктрины, отсутствует и легальное определение SC на федеральном уровне, но, несмотря на это, термин применяется в отдельных нормативно-правовых актах. Его можно заметить, как в распоряжении Правительства Российской Федерации, так и в информационном письме Центрального Банка России, посвященного внедрению цифровой национальной валюты [5, с. 6; 6, с. 6]. Так же в 2019 году Государственная Дума приняла законопроекты № 34-ФЗ «О внесении изменений...» и № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ...» [7, с. 6; 8, с. 6], благодаря которым в п. 1. ст. 160 ГК РФ была предпринята попытка установить правовой режим смарт-контрактов. В дальнейшем в проекте Федерального закона № 419059-7 «О финансовых активах» [9, с. 6] содержалось определение СК как договора в электронной форме, исполнение прав и обязанностей по которому осуществляется путем совершения в автоматическом порядке цифровых транзакций в распределенном реестре цифровых транзакций в строго определенной таким договором последовательности и при наступлении определенных им обстоятельств. Но в итоговой версии документа законодатель отказался от использования этого толкования, поскольку оно вносило много неясностей: некоторые термины (например, реестр) сами по себе не имеют юридического закрепления и вряд ли могут служить объяснением для третьей конструкции. Законодательной трактовки термина SC не произошло.

Но важно заметить, что Федеральный закон от 18.03.2019 № 34-ФЗ, который уже упоминался выше, внес одно качественное

изменение в правовое регулирование смарт-контрактов – был введен п. 2 ст. 309 ГК РФ: «условиями сделки может быть предусмотрено исполнение ее сторонами возникающих из нее обязательств при наступлении определенных обстоятельств без направленного на исполнение обязательства отдельно выраженного дополнительного волеизъявления его сторон путем применения информационных технологий, определенных условиями сделки» [10, с. 10]. Отсюда можно выделить квалифицирующие признаки SC:

– исполнение будет обусловлено лишь наступлением определенных обстоятельств (поэтому применение смарт-контрактов регулируется, в том числе положениями ст. 327.1 ГК РФ об обусловленном исполнении обязательств);

– сторонам не нужно выражать дополнительное волеизъявление для исполнения обязательства;

– для исполнения применяются информационные технологии, которые определены сторонами сделки.

Последнее условие демонстрирует нам, что законодатель не дает конкретной характеристики используемых технологий и, как следствие, не ограничивает использование исключительно технологией распределенных реестров, на которой основывают свою позицию большинство исследователей конструкции. При таком определении под термин смарт-контракт, в том числе, подпадают широко используемые в практике мобильных банков автоматические платежи.

В заключение хочется отметить, что Смарт-контракты действительно могут стать революционным инструментом в цифровых договорных отношениях, внести ясность, самоисполняемость и легкую проверяемость. Но все это возможно лишь при должном правовом регулировании и соблюдении не только технических, но и принципов гражданского права и основ обязательственных правоотношений. Наше законодательство находится на начальном этапе этого процесса, но все чаще обращается внимание на цифровые активы, в том числе благодаря увеличивающемуся числу научных публикаций по данной тематике. Учитывая удобность использования SC, прозрачность регулирования позволит рас-

ширить их сферы применения. Так, например, эта конструкция может стать полезным инструментом в страховании, логистике, ипотечных сделках и здравоохранении.

Библиографический список

1. Новоселова Л. А. «Токенизация» объектов гражданского права // Хозяйство и право. 2017. № 12. С. 29–44.
2. Савельев А. И. Договорное право 2.0: «умные» контракты как начало конца классического договорного права // Вестник гражданского права. 2016. № 3. С. 32–60.
3. Волос А. А. Смарт-контракты и принципы гражданского права // Российская юстиция. 2018. № 12. С. 5–7.
4. Ефимова Л. Г., Сиземова О. Б. Правовая природа смарт-контракта // Банковское право. 2019. № 1. С. 23–30.
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.09.2018 № 2101-р «Об утверждении комплексного плана модернизации и расширения магистральной инфраструктуры на период до 2024 года».
6. Информационное письмо Банка России от 14.08.2018 № ИН014-12/54 «О национальной оценке рисков ОД/ФТ» (вместе с «Публичным отчетом. Национальная оценка рисков легализации (отмывания) преступных доходов. Основные выводы 2017–2018», «Национальной оценкой рисков финансирования терроризма. Публичный отчет 2017–2018»).
7. Федеральный закон «О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации» от 18.03.2019 № 34-ФЗ.
8. Федеральный закон «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 02.08.2019 N 259-ФЗ.
9. Проект Федерального закона № 419059-7 «О цифровых финансовых активах» (ред., внесенная в ГД ФС РФ).
10. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Часть первая: Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Собр. законодательства РФ. 2019. № 12 от 25.03.2019. Ст. 309.

Филякова Софья Андреевна – бакалавр, «Высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: filyakova.2001@mail.ru. Тел.: +79115593236.

СЕКЦИЯ «ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО: ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОСТЬ, ТRENДЫ»

УДК 655.4/.5

*Елизавета Константиновна
Бердичевская*

Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ АССОРТИМЕНТА КНИГОИЗДАТЕЛЬСКОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию особенностей тенденций изменения ассортимента книгоиздательской продукции в Российской Федерации в период пандемии Covid-19. Последняя представляет из себя социокультурное явление и оказывает влияние на книгоиздательскую отрасль посредством влияния на спрос читательской аудитории. События пандемии способствовали повышению популярности изданий прямо или косвенно затрагивающих темы, связанные с коронавирусом. Из-за проблем непонимания глобальной картины происходящего, а также принудительной самоизоляции в данный период особенно вырос спрос на произведения, написанные в жанре антиутопии, и психологический нон-фикшн.

Ключевые слова: книгоиздательское дело, коронавирус, антиутопия.

Elizaveta K. Berdichevskaya
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

MAIN TRENDS IN THE RANGE OF BOOK PUBLISHING PRODUCTS IN THE RUSSIAN FEDERATION DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract. This article is devoted to the study of peculiarities of changes in the range of book publishing products in the Russian Federation during the pandemic Covid-19. The latter is a socio-cultural phenomenon and affects the book publishing industry by influencing the demand of the readership. The events of the pandemic have increased the popularity of publications directly or indirectly touching on topics related to the coronavirus. Due to problems of lack of understanding of the global picture of what is happening, as well as forced self-isolation, the demand for dystopia and psychological non-fiction especially increased during this period.

Keywords: book publishing, coronavirus, dystopia.

Одним из факторов повышения качества книги является ответ существующим в обществе потребностям в момент ее выпуска. Из этого следует тот факт, что книгоиздательская отрасль не может игнорировать события мирового масштаба, что отражается в стремительном изменении ассортимента издаваемой продукции.

По этой причине книгоиздательский ассортимент изменяется под влиянием различных не только внутренних, но и внешних факторов, косвенно или напрямую отражает актуальную действительность.

Как и любая глобальная катастрофа, пандемия Covid-19 оказала большое влияние не только на социальную сферу общества, но и на культурную, оставшись навсегда запечатленной в произведениях кинематографа, драматургии, литературы и других видах искусства [1].

Так, события периода коронавируса одновременно способствовали усилению глобальных связей в обществе и распространению проблемы одиночества отдельных его членов [2].

Гипотеза нашего исследования заключается в том, что пандемия Covid-19 оказала влияние на ассортимент книгоиздательской отрасли. Исходя из данного утверждения, можно сформулировать цель исследования: выявление основных тенденций изменения ассортимента книгоиздательской отрасли в период пандемии Covid-19 посредством анализа списка наиболее востребованных в данный временной промежуток изданий.

Основными методами данного исследования является количественно-статистический анализ и сравнительно-сопоставительный анализ. Кроме того, были использованы выделенные В. А. Есиповой такие методы, как аналитико-тематический и библиографический анализ [3].

Был проанализирован и сравнен ассортимент онлайн-каталогов наиболее популярных книжных магазинов («Буквоед», «Читай-город», «Лабиринт») до периода пандемии и в период коронавируса. Было сделано семь срезов (один до начала пандемии в 2020 году, три – в момент пандемии в 2020 году, три – в 2021 году). Всего было проанализировано около 200 изданий. Из них были отобраны наиболее популярные, причем критериями отбора были отзывы читателей, а также рейтинги и топ-списки, расположенные на сайтах «Буквоед», «Лабиринт» и «Читай-город».

Говоря о периоде коронавируса, стоит подчеркнуть, что ассортимент именно летнего сезона 2020-го года был рассмотрен не случайно: в данный временной промежуток влияние новых антикоронавирусных мер особенно сильно отражалось на психологическом состоянии граждан: необходимость самоизоляции, строгий контроль масочного режима, страх неизвестности.

В список наиболее популярных книг «Буквоеда» летом 2020-го года вошли следующие произведения: «1984» (Дж. Оруэлл), «О дивный новый мир» (О. Хаксли), «Атлант расправил плечи» (А. Рэнд), «Заводной апельсин» (Э. Берджесс), «Мы» (Е. Замятин), «Чума» (А. Камю), «Безмолвный пациент» (А. Михаэлидес), «Институт» (С. Кинг) (URL: <https://www.bookvoed.ru>).

К схожим результатам можно прийти при анализе еще одной популярной книжной площадки под названием «Читай-город».

По статистике «Читай-города», расположенной в разделе «Лучшие из лучших», в летний сезон 2020-го года практически все перечисленные ранее антиутопии так же являлись лидерами продаж (URL: <https://www.chitai-gorod.ru>). Их список дополнили «Метро 2033» (Д. Глуховский) и «451 градус по Фаренгейту» (Р. Брэдбери).

Несколько иную ситуацию можно увидеть при анализе каталога наиболее популярных книг онлайн-магазина «Лабиринт» (URL: <https://www.labirint.ru>). Посетители «Лабиринта» отдавали предпочтение таким книгам, как «Мы все ненормальные. История стереотипов психических заболеваний» (Р. Гринкер) и «Стресс, боль и опиоиды. Об эндорфинах и не только» (С. Парин).

Уже весной и летом 2021-го года можно наблюдать изменение тенденций – популярностью пользовались классические произведения, комиксы и книги, получившие вторую жизнь благодаря вышедшим в прокат одноименным кинокартинам. При этом клиенты названных магазинов продолжали интересоваться жанром антиутопии, но в меньшем процентном соотношении по сравнению с другими книгами.

Данная тенденция характеризует постепенное изменение статуса культурной сферы – от просветительского к развлекательному.

Так, например, читатели «Лабиринта» обратили внимание на такие классические произведения, как «Дети капитана Гранта» (Ж. Верн), «Черная стрела» (Р. Л. Стивенсон) и «Простаки за границей, или путь новых паломников» (М. Твен).

Анализ данных с сайта магазина «Буквоед» указывает на то, что покупатели начали массово обращаться к комиксам. Особой популярностью пользовались такие издания, как «Наруто. Когда мир изменился» (М. Кисимото) и серия комиксов «Akira» (К. Отомо).

Стоит отметить, что в истории возрастание популярности комиксов зачастую совпадало с окончанием какой-либо глобальной катастрофы (например, войны). Это связано с тем, что в подобных условиях человеку необходимо видеть перед собой положительную модель поведения, верить в «волшебного спасителя», которыми, как правило, являются герои комиксов [4].

Для многих людей изоляция стала серьезной психологической проблемой. Именно поэтому у некоторых групп населения возросла необходимость не столько в созидательных и информативных материалах, сколько в таком контенте, благодаря которому появляется возможность испытать яркий эмоциональный опыт.

Итак, с одной стороны, человек пытается в целом оценить сложившуюся социально-политическую ситуацию и понять свое место в системе современного мира, о чем может свидетельствовать массовое обращение читателей к жанру антиутопии.

В искусстве люди часто ищут ответы на актуальные социальные и личностные вопросы. Так, например, читатели могут обращаться к произведениям, проблематика которых созвучна с происходящим в реальном мире.

С другой стороны, самоизоляция, постоянная резкая смена правил, неопределенность порождает большое количество внутренних, психологических проблем, нуждающихся в решении. На это указывает появление в топ-списках книг о самопознании, духовном развитии, здоровье.

Многие авторы создают новые произведения, соответствующие настроению или повествующие о событиях существующей реальности.

К примеру, непосредственно о сложившейся в мире ситуации повествуют авторы таких изданий, как «Коронавирус: жизнь после пандемии» (И. С. Прокопенко), «Навеяно коронавирусом и еще...» (Н. Шигаев), «Коронавирус и другие инфекции: CoVарные реалии мировых эпидемий» (А. Сазонов).

В ряду произведений, соответствующих настроению, находятся антиутопии «Мы» (Е. Замятин), «1984» (Дж. Оруэлл).

Влияние пандемии на культурную сферу не ограничивалось созданием новых культурных проектов. Так, зрители и читатели начали обращаться к уже существующим произведениям, придавая им новые смыслы, находя в них отражение актуальной действительности.

Кроме того, необходимо также учитывать такой аспект, как реализация пропагандистской задачи идейного воспитания, идеоло-

гического влияния на людей [5]. Иллюстрацией к этому утверждению может служить книга Д.Терентьева под названием «Россия. Книга перемен 1990–2020. Как мы менялись от Макдональдса и до коронавируса».

Именно поэтому, опираясь на результаты исследования, мы предлагаем классифицировать изменения посредством выделения следующих видов изданий:

1. Побуждающие к чему-либо в контексте актуальной ситуации.

Примерами подобных изданий в период пандемии Covid-19 могут служить книги про психологию («Тонкое искусство пофигизма: парадоксальный способ жить счастливо»).

2. Поясняющие актуальную ситуацию.

К данному виду изданий в период пандемии Covid-19 можно отнести книги, непосредственно описывающие данное явление («Вирус, который сломал планету», «Коронавирус. Вирус-убийца»).

3. Обладающие актуальной тематикой или затрагивающие актуальную проблематику.

Например, во время пандемии Covid-19 к этому виду изданий относились антиутопии («Мы», «О дивный новый мир», «1984» и т. д.).

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что период пандемии Covid-19 способствовал увеличению спроса на литературу, связанную с проблемами одиночества, политического вмешательства в личную жизнь, а также написанную на темы, касающиеся физического и психологического здоровья.

Анализируя взаимосвязь социально-политической сферы и книгоиздательской отрасли, можно не просто описать тенденции изменения ассортимента на книгоиздательском рынке, но и попробовать предсказать их в похожих условиях.

Именно поэтому результаты данного исследования могут быть применимы в практическом аспекте, так как они позволяют предугадать читательский спрос в эпидемиологических условиях, и, следовательно, среагировать на него быстрее конкурентов.

Библиографический список

1. Фишман Л. Г., Мартьянов В. С. После коронавируса: от оптимизированного старого к новому миру? // Свободная мысль. 2020. № 3. С. 9–28.

2. Мир постковидного периода: как пандемия навсегда изменит нашу жизнь. URL: <https://www.tvc.ru/news/show/id/184481> (дата обращения: 01.03.2022).

3. Есипова В.А. История книги: Учебник по курсу «История книжного дела». Томск: Издательство Томского университета, 2011. 628 с.

4. Комикс – порождение американской массовой культуры. Аналитический обзор // КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/komiks-porozhdenie-amerikanskoj-massovoy-kultury-analiticheskiy-obzor/viewer> (дата обращения: 23.03.2022).

5. Петровичева Л.И., Е.Н. Богданович. Функциональная сущность книги // Труды БГТУ. 2012. № 4. С. 84–88.

Бердичевская Елизавета Константиновна – бакалавр издательского дела, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия, e-mail: berdichevskaya.ek@edu.spbstu.ru

УДК 655.4/.5

Сергей Игоревич.Ворожцов,

Андрей Алексеевич Шакуров

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

ОЦЕНКА КНИГОИЗДАТЕЛЬСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ КАК ИННОВАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация. В данной статье с помощью анализа открытых источников фиксируются инновации внутри продуктовой, процессной, организационной и маркетинговой сторонах современного книгоиздательского направления. В качестве проблемы исследования была зафиксирована двойственность природы книги с точки зрения инновационного процесса. Был изучен как позитивный, так и негативный опыт инноваций

с помощью исследования издательских проектов, объектов патентного права, статей, посвященных издательскому процессу, а также открытых кодифицированных источников знаний, имеющих цель подготовить специалиста издательского дела, обладающего необходимым количеством и качеством умений. По руководству Осло были сделаны промежуточные выводы о наличии, и последующей классификации инновационных процессов на существующих уровнях.

Ключевые слова: инновации в издательском деле, книгоиздательский рынок, издательский проект, издательский продукт.

Sergey I. Vorozhtsov,

Andrey A. Shakurov

Peter the Great Saint Petersburg
Polytechnic University

ASSESSMENT OF THE BOOK PUBLISHING SECTOR AS AN INNOVATIVE INDUSTRY

Abstract. In this article, using the analysis of open sources, innovations were recorded within the product, process, organizational and marketing aspects of the modern book publishing. The duality of the book from the point of view of the innovation process were taken as a research problem. Both positive and negative experiences of innovation were examined through the analysis of publishing projects, patent law subjects, publishing process articles, and open codified knowledge sources with the goal of preparing a publishing professional. Intermediate conclusions were drawn from the Oslo Manual on the availability, and subsequent classification, of innovation processes at existing levels.

Keywords: innovations in publishing, book publishing market, publishing project, publishing product.

Необходимость оценки книгоиздательского рынка обусловлено отсутствием материалов, посвященных классификации инноваций относительно принятых в инновационном сообществе классификаций. Причиной этой ситуации является необходимость фиксации процесса инновации в других более динамично развивающихся отраслях. В дополнении к этой проблеме стоит уточнить и некую амбивалентность издательского дела:

1. Книга как товар имеет достаточно продолжительный период распространения. В среднем оно может быть оставаться актуальным в течение 5 лет, где в расчет берется как «вечная классика» художественной литературы, так и литература технической и/или обучающей направленности, актуальность которых строго привязана к технологии, которая порой может быть замещена уже к моменту окончания производственного процесса и выпуска литературы для целевого читателя.

2. Согласно критериям руководства Осло [1] также можно выделить, что де-факто каждая книга являет собой продуктовую инновацию. Это проявляется как на уровне самого контента книги, так и на уровне ее оформления. Исключение может составлять разве что переиздания ранее выпущенной литературы или же принятый в отечественной практике «довыпуск» тиража, причем при котором издательства порой не очень часто утруждаются в присвоении нового ISBN.

К инновациям на уровне продукта можно отнести изменения даже внутри «традиционного» книгоиздания. К ним можно отнести начало использования технологий дополненной реальности – augmented reality (AR) или технологии смешанной реальности – mixed reality (MR) при наполнении печатного издания.

Появление электронных изданий, которые можно просматривать как на обычных, так и на специализированных электронных носителях также можно отнести к инновации на уровне продукта. Причем в эту категорию можно отнести как своего рода «печатные» электронные издания, те, что проецируют текст на экран носителя, так и аудио-издания, что является буквально звуковой формой книги.

К инновациям смешанного рода – продуктового и маркетингового – можно отнести распространение различных приложений издательского направления. Так, например, стоит выделить приложение для продажи традиционных изданий мобильное приложение Лабиринт.ру: приложение, специализирующееся на продажах электронных изданий – ЛитРес, в том числе предоставление продукта по системе подписки, равно как работающий по аналогичной системе приложения для аудио-изданий – Bookmate.

Помимо этого, на уровне продукта можно выделить появление и последующий выпуск новых жанров, например, такого как мэш-ап, о которых более подробно написали Рыбалко А.А. и Соловьева С.Н. в своей статье «Инновационный подход в современном книгоиздании» [2].

Явным сигналом о наличии инноваций в издательской отрасли будет наличие объектов в системе патентования. В результате исследования документации были обнаружены как объекты патентного права на уровне продукта, таких как «печатное издание для детей» [3], отличающийся нестандартной конструкцией, издательства РОСМЭН, «информационно-рекламное устройство» [4], запатентованное за издательством «Астрель», так и патент, фиксирующий инновации на организационном уровне: «объединения издателей» [5] – Майкрософт Корпорейшн.

Инновации в рамках организационного уровня были изучены следующие проекты: «Геном книги» (Book Genome) [6] представляет собой инновационную технологию, анализирующую литературу по некоторым показателям. В конце анализа появляется результат, дающий ответ: подходит ли конкретное издание вашим вкусам. Данная технология может быть интегрирована в электронные книжные магазины, что скажется на количестве продаж. Также необходимо отметить результаты неудачных инноваций: проекты «BitLit» [там же] и «Kinde Matchbook» с помощью модерации предоставляли читателю возможность получить электронную версию книги, которую он уже приобрел. Однако, сайты представительств обеих технологий сейчас недоступны, что сигнализирует о провале данной бизнес-инициативы.

Поскольку достаточно сложно получить доступ к внутренним «инструментам знания» отдельного предприятия, для анализа будут использованы открытые источники информации. Выбор пал на сайт школы редакторов Бюро Горбунова [7]. Помимо уже привычных издателю направлений «текст и редакция», а также «типографика и верстка», можно обратить внимание на блоки «интерфейс и информация» и «верстка и прототипирование», что сигнализирует о смещении акцента при подготовке редакторов на работу с электронными источниками.

С помощью данного источника можно также косвенно усмотреть процессную инновацию: два блока в школе направлены именно на навыки проектной направленности – «переговоры и отношения» и «управление и результаты». Необходимость включения данных блоков в программу обучения издателей более чем оправдано: аргументом может служить описание операционного процесса при подготовке романа в статье «Как это делается. Как издать роман лауреата Пулицеровской премии» [8] коллектива авторов под руководством Варвары Горностаевой. В статье описан процесс общения между переводчиком и автором в рамках издательского процесса.

Можно сделать промежуточные выводы, что с помощью анализа в открытых источниках были обнаружены и классифицированы инновации внутри продуктовой, процессной, организационной и маркетинговой сторонах инновационного процесса.

Библиографический список

1. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям третье издание : совместная публикация ОЭСР и Евростата / организация экономического сотрудничества и развития, статистическое бюро европейских сообществ [перевод на русский язык], 2-е издание [исп.]. – Томск : ГУ ЦЕНТР ИССЛЕДОВАНИЙ И СТАТИСТИКИ НАУКИ, 2011, – 205 с.
2. **Рыбалко, А. А.** Инновационный подход в современном книгоиздании – Рыбалко А. А., Соловьева С. Н. // Территория науки.– 2016 – № 6. – С. 89–95.
3. RU72640U1 – Печатное издание для детей // Яндекс.Патенты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: свободный URL: https://yandex.ru/patents/doc/RU72640U1_20080427 (Дата обращения: 23.03.22).
4. RU60898U1 – Информационно-рекламное устройство // Яндекс. Патенты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: свободный URL: https://yandex.ru/patents/doc/RU60898U1_20070210 (Дата обращения: 23.03.22);
5. RU2445702C2 – Объединения Издателей // Яндекс.Патенты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: свободный URL: https://yandex.ru/patents/doc/RU2445702C2_20120320 (Дата обращения: 23.03.22);
6. **Анастасян С. А.** Что ждет нас в сфере книжных инноваций? // Книжная индустрия.– 2014 – №8, [Электронный ресурс]. – Режим досту-

па: свободный URL: <https://www.bookind.ru/categories/simpleabout/2366/> (Дата обращения: 23.03.22);

7. Школа редакторов Бюро Горбунова // Бюро Горбунова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: свободный URL: <https://bureau.ru/school/editors/12/> (Дата обращения: 23.03.22).

8. Как это делается. Как издать роман лауреата Пулицеровской премии // Афиша Daily [Электронный ресурс]. – Режим доступа: свободный URL: <https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/books/kak-izdat-roman-laureata-pulicerovskoy-premii/> (Дата обращения: 22.03.22).

Ворожцов Сергей Игоревич – бакалавр издательского дела, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: vorozhtsovs2000@mail.ru.

Шакуров Андрей Алексеевич – доцент ВШИППиПЛ, к. п. н., Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики Гуманитарного института, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 195251, ул. Политехническая, 29, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: shakurov_86@mail.ru.

УДК 655.535

Алексей Сергеевич Жужулин
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И НОРМАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РЕДАКТОРСКОЙ ПОДГОТОВКИ УЧЕБНИКОВ ДЛЯ НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЫ В КОНТЕКСТЕ ФГОС НОО 2021. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Аннотация. В данной статье рассмотрены различные аспекты редакторской подготовки учебников для начальной школы: создание композиции издания, отбор текстов, работа над аппаратом издания и экспертиза учебников. Было проанализировано влияние нового ФГОС НОО 2021 на редакторскую подготовку элементов учебника. Рассмотрено отражение в частях изданий специфики преподаваемых предметов и основных ре-

зультатов освоения программы – личностных и предметных, а также трех разделов образовательной программы – целевого, содержательного и организационного. Сформулированы различные рекомендации для редакторов, связанные с отражением основных образовательных результатов в учебнике. Также в статье выявлены различные проблемы, связанные с процессом редактирования учебников для начальной школы, требующие дальнейшего изучения.

Ключевые слова: редакторская подготовка, ФГОС НОО 2021, учебники для начальной школы, аппарат издания, композиция издания, методический аппарат.

Alexey S. Zhuzhulin
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

THEORETICAL AND NORMATIVE ASPECTS OF THE EDITING OF TEXTBOOKS FOR PRIMARY SCHOOL IN THE CONTEXT OF 2021 FEDERAL STATE EDUCATIONAL STANDARD OF PRIMARY GENERAL EDUCATION. CURRENT ISSUES

Abstract. This article considers the impact of the new 2021 FSES PGE various aspects of the primary school textbooks editing: the composition of the book, the selection of texts, work on the supplementaries and exercises in textbooks. It is considered to reflect the main personal and subjective results of the program and three sections of the educational program – targeted, meaningful and organizational ones. Recommendations are made for editors to work with focus on educational standard. The article also covers the process of textbooks examination and identifies problems related to the textbooks editing process, which require further study.

Keywords: preprinting processes, FSES PGE 2021, textbooks for primary school, supplementaries, book building, methodological apparatus.

На данный момент основным предметом дискуссии о подготовке школьных учебников является достоверность их текстов – применительно к учебникам истории. Однако анализ фактологии – лишь часть редакторского анализа текста, и нельзя допускать, чтобы процесс работы над учебником допускал несоответствия его содержания требованиям к знаниям обучающихся. Особенно

более чувствительной к воздействию текста младшей возрастной группы читателей.

С. М. Болховитинова в учебном издании «Композиция изданий: Особенности проектирования различных типов изданий», считает, что признаки учебника для начальной школы — те его элементы, которые «решаются автором, редактором и художником совместно на основе интуиции» [1]. Однако со времени выхода этого издания на процессы редактирования оказали влияние федеральные стандарты начального общего образования — первый из них был принят в 2009 году и предлагал структуру и методику обучения. Стандарт 2021 года добавил к этому перечень конкретных знаний и навыков, которыми должны обладать учащиеся начальной школы. Несмотря на то, что стандарты являются в первую очередь рекомендациями для педагогов, учебник, как материал, дополняющий процесс обучения, не может им не следовать — ни структурно, ни содержательно.

Так как целевым назначением учебников является «обеспечение процесса обучения детей в условиях конкретной системы образования» [2], то редактору необходимо быть знакомым не только с принципами редактирования, но и с самим процессом обучения. Цель данной статьи — отразить связь методических рекомендаций ФГОС НОО 2021 с редакторской подготовкой учебников.

Внесший большой вклад в теорию создания учебных изданий ученый Д. Д. Зувев считал, что «нужна научно (дидактически) обоснованная дозировка материала, предназначенного на каждый учебный час (урок)» [Цит. по 3, с. 31]. Это важно для современных учебников и отражает их взаимодействие с программой изучения дисциплины — оптимальным может стать расположение информации таким образом, чтобы она подавалась в рамках одного урока.

Согласно новому ФГОС НОО, преподаваемые в школе предметы делятся на непосредственно учебные предметы, учебные курсы и учебные модули [4, с. 10].

Для авторов и издателей это означает, что для этих категорий необходимы разные типы учебников. Так, например, в рамках одного предмета (актуально для такого предмета, как основы ре-

лигиозной культуры и светской этики) могут изучаться несколько разных модулей, которые могут быть помещены как в одном издании, так и в нескольких. Обязательная часть программы при этом должна составлять 80% издания [4]. Это актуально для учебников, предназначенных для углубленного изучения предметов. В настоящее время наблюдается тенденция к созданию программ с углубленным изучением какого-либо предмета уже в начальной школе, а также образовательных учреждений иных форматов, таких как прогимназия, однако начальное образование должно оставаться унифицированным, в том числе и в содержании учебных изданий.

Композиция учебника формируется по усмотрению авторов, однако стоит отметить, что есть желательные элементы, отражающие три раздела образовательной программы согласно ФГОС — целевой, содержательный и организационный:

целевой — может быть отражен в предисловии, аннотации;

содержательный — состав учебника (совпадающий с программой) и связь с другими ресурсами и изданиями учебно-методического комплекта;

организационный — разделение учебника на уроки, соответствующая плану изучения предмета.

При такой структуре учебника и обучающийся, и преподаватель смогут понять, что предстоит изучить — непосредственно из содержания, предисловия или аннотации. Проверка соответствия содержания учебника его структурным частям — одна из возможных компетенций редактора.

К определению учебника есть дополнения, разработанные С. А. Викторовой. Они делают определение из стандарта более точным: «учебник: учебное издание, содержащее систематическое изложение учебной дисциплины (ее раздела, части), соответствующее современному ГОС, учебной программе и официально утвержденное УМО в качестве данного вида издания» [5, с. 280]. Это определение еще больше подчеркивает стандартизированность учебников.

Учебник не просто подает обучающемуся факты, но и формирует отношение к ним. Эти факты достаточно разносторонние,

и их подача должна быть хорошо структурированной, что позволит проводить самостоятельную работу – т. е. учебник наполнен и практическими заданиями, направленными на закрепление изученного.

Согласно новому ФГОС НОО, тексты учебника должны соответствовать предполагаемым результатам освоения программы [4, с. 31].

Во-первых, это личностные результаты: гражданско-патриотическое воспитание, духовно-нравственное воспитание, эстетическое воспитание, физическое воспитание, формирование культуры здоровья и эмоционального благополучия, трудовое воспитание, экологическое воспитание, осознание ценности научного познания.

Во-вторых, это предметные результаты. Их можно разделить на следующие категории: формирование осознания ценности предметной области, овладение основными понятиями учебного предмета, овладение навыками.

В задачи редактора может входить проверка учебника на художественных

текстов учебника на развитие личности обучающегося и нехудожественных текстов на изучение непосредственно предмета.

Существенное отличие учебников от других изданий в том, что они содержат в себе два дополнительных вида аппарата – это аппарат организации усвоения («может включать вопросы, задания на повторение изученного, упражнения на закрепление в виде схем, таблиц» [6, с. 46]) и методический аппарат, включающий в себя справочные материалы, описание задач изучения материала и задания, обучающие различным способом деятельности. Отличие учебника, созданного в современной системе стандартов, заключается в том, что эти два вида аппарата должны быть организованы не только методически, но и тематически – вести обучающихся к формированию личности в соответствии с предполагаемыми результатами обучения.

Согласно новому ФГОС НОО [4, с. 31] желательно, чтобы в методическом аппарате учебника содержались упражнения на лич-

ностные, метапредметные (УУД) и предметные результаты. Таким образом, методический аппарат должен соответствовать тем же перечисленным выше задачам, что и основной текст учебника.

Ответственность за отбор текстов и сопровождающих упражнений – лежит не только на авторе, который занимается методикой, но и на редакторе. Речь идет как о дополнительной проверке, так и о возможной адаптации текстов под читательский адрес.

Пособие «Современная учебная книга: подготовка и издание» под редакцией С. Г. Антоновой, А. А. Вахрушева до сих пор является основным руководством для редактора при подготовке учебной литературы. В ней приводятся основные традиции редактирования учебной литературы вообще и детской в частности.

Типичный процесс редактирования учебного издания выглядит так:

1. Авторы передают первый вариант рукописи в издательство.
2. Редактор оценивает структуру издания.
3. Художественный редактор подбирает иллюстрации.
4. Верстальщик и редактор совместно составляют макет издания.
5. Верстка отправляется на проверку авторам и корректорам.
6. Правки вносятся в верстку.
7. Редактор проверяет макет издания заново.
8. Первый вариант издания проходит апробацию в школе (если это учебник).
9. Вносятся правки.
10. Издание отправляется на экспертизу.

В случае, если это учебник – на проверку на соответствие требованиям Федерального перечня. В ином случае – на соответствие всем указанным выше стандартам [7].

Процесс прохождения экспертизы для включения учебника в федеральный перечень с 2020 года стал полностью государственным – его заказчиком становится Министерство просвещения. Экспертиза проверяет учебники на соответствие единообразию предметно-методической линии, отсутствию различной информации, вредящей здоровью и развитию обучающихся, соответствию их психофизиологическому восприятию и иным требованиям,

указанным в приказе Министерства просвещения Российской Федерации от 18.12.2019 № 695 «Об утверждении Порядка формирования федерального перечня учебников, допущенных к использованию при реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования».

Можно выявить существенную проблему – оценка содержательной стороны учебника осуществляется только на начальном этапе (автором) и на этапах апробации, экспертизы. Редактор проверяет лишь соответствие формальных признаков издания требованиям, однако не обладает компетенциями, позволяющими оценить соответствие учебника методическим и психологическим аспектам работы с обучающимися. Данная проблема приводит к тому, что учебник возвращается на доработку уже после выпуска готового экземпляра издания. Осведомленность редактора о контексте работы педагога позволила бы снизить вероятность ошибок на тех этапах работы, за которые отвечает непосредственно редактор – подготовке структуры учебника и подборе иллюстраций, а также повысить эффективность проверки авторского текста на реализацию целей образования.

Основное отличие нового типа учебника от составленных по старым стандартам – авторам и издателям остается гораздо меньше свободы в выборе материала и составлении структуры. Учебники имеют большую ориентированность на конкретные результаты, а решения при их подготовке не могут приниматься интуитивно.

Главные требования, которым должен соответствовать современный учебник, можно обозначить так:

1. Темы текстов и упражнения в методическом аппарате должны быть четко направлены на формирование основных образовательных результатов, и их должно быть более 80%.

2. Редактор должен отслеживать количество основных и дополнительных результатов, проверять соответствие текстов и иллюстраций возрастной группе читателей. Особенное внимание следует уделять содержанию с точки зрения формирования личностных результатов обучения школьников.

3. Ответственность за отбор текстов и сопровождающих упражнения иллюстраций лежит не только на авторе, который занимается методикой, но и на редакторе.

4. Редактору важно отбирать содержание конкретных текстов и следить, чтобы они совпадали с культурными и иными воспитательными ценностями образовательной программы.

5. Структура учебника должна соответствовать плану преподавания – урокам, а не только отражать порядок освоения тем (при сохранении линейной композиции).

Положительно на работе с учебником сказывается наличие в нем методических рекомендаций – как для учителя, так и для обучающегося. Это могут быть различные пояснительные записки, планы работы, а также подсказки для выполнения упражнений (это способствует осознанию содержательного и организационного разделов учебной программы всеми читателями учебника).

Отмечается, что ранее авторские тексты учебников «не учитывали психолого-педагогических и возрастных закономерностей усвоения учебного материала» [8]. Особенно это было актуально для учебников, авторы которых не имеют опыта работы с реальной читательской аудиторией.

При налаженной системе редакторской подготовки, нацеленной на качество материальной конструкции, сохраняется проблема низкой осведомленности редакторов о специфике работы школьных учителей и контекста усвоения материалов учебника, которая не позволяет им редактировать материал более эффективно, проверяя не только фактологическую и стилистическую, но и методическую часть, которая принимает все большее значение в современных учебных изданиях.

Библиографический список

1. Композиция изданий: Особенности проектирования различных типов изданий: Учебное пособие / Под ред. С. М. Болховитиновой. М.: Изд-во МГУП, 2000. 166 с.

2. **Карайченцева С. А.** Книговедение: литературно-художественная и детская книга. Издания по филологии и искусству: Учебник для вузов.

М.: МГУП, 2004. 424 с. Режим доступа: свободный (URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook738/01/part-004.htm>, дата обращения: 10.03.2021).

3. **Глозман Е. С.** Теоретические основы создания учебников для общеобразовательной школы // Наука и школа. 2010. №2. Режим доступа: свободный (URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-sozdaniya-uchebnikov-dlya-obscheobrazovatelnoy-shkoly>, дата обращения: 10.03.2022).

4. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 31.05.2021 № 286 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта начального общего образования» (Зарегистрирован 05.07.2021 № 64100). 59 с. Режим доступа: свободный (URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202107050028>, дата обращения: 10.03.2022).

5. **Викторова С. А.** Проблема жанрового определения учебных изданий // Ярославский педагогический вестник. 2012. №1. Режим доступа: свободный (URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-zhanrovogo-opredeleniya-uchebnyh-izdaniy>, дата обращения: 10.03.2022).

6. Современная учебная книга: подготовка и издание / Под ред. С. Г. Антоновой, А.А.Вахрушева. М.: МГУП, 2004. 224 с.

7. Как создается учебник: экскурсия за кулисы издательства – Группа компаний «Просвещение». Режим доступа: свободный (URL: <https://prosv.ru/presscenter/interview/show/207.html>, дата обращения: 10.03.2022).

8. Становление рынка учебной литературы в Российской Федерации: роль Инновационного проекта развития образования. Режим доступа: свободный (URL: https://logistics.ru/9/4/3/i20_23418p0.htm, дата обращения: 10.03.2022).

Жужулин Алексей Сергеевич – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: alex222-zh@mail.ru.

УДК 398

Екатерина Александровна Коваленко
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

АНАЛИЗ ТЕМАТИКИ ПРЕДАНИЙ И ЛЕГЕНД ЭВЕНОВ (РЕДАКТОРСКИЕ АСПЕКТЫ)

Аннотация. Проблема редакторских аспектов подготовки текстов фольклорного творчества народов Севера до сих пор не исследована должным образом. Статья посвящена филологическому и редакторскому анализу тематик преданий и легенд эвенков для дальнейшей подготовки издания произведений фольклора.

Ключевые слова: Фольклор, эвенки, редактор, легенды, предания.

Ekaterina A. Kovalenko
Peter the Great Saint-Petersburg
Polytechnic University

THE ANALYSIS OF THEMES OF THE EVEN'S LEGENDS AND LORES (EDITORIAL ASPECTS)

Abstract. The editorial aspects of the preparation of folklore texts of the northern people have not been properly investigated yet. The article is devoted to the philological and editorial analysis of the themes of the Even's legends and lores for the further preparation of the publication of folklore texts.

Keywords: folklore, evens, editor, lores, legends.

Публикация произведений эвенского фольклора началась в 1895–1896 году с издания В. Г. Богораза «Материалы по ламутскому языку». После этого вышло еще около 5 изданий. Последнее издание датировано 1987 годом (сост.: К. А. Новикова. – Магадан: Магаданское книжное издательство, 1987). В 1990-е годы началось возрождение языка и культуры эвенков [1]. Однако до сих пор нет новых изданий эвенского фольклора, которые могли бы познакомить российского читателя с преданиями и легендами этого народа, а старые издания сейчас уже малодоступны.

Из сказанного вытекает актуальность подготовки нового издания произведений эвенского фольклора. Вопрос о том, какими принципами следует руководствоваться редактору при подготовке книги фольклора народа Севера, до сих пор не исследован. В связи с тем, что фольклор в изданиях практически не упорядочен, встает вопрос о группировке произведений. Очевидно, что группировка по хронологическому принципу невозможна, поскольку датировка произведений фольклора обычно затруднена. Не очень продуктивным представляется алфавитный принцип группировки, поскольку сами названия весьма условны. Кроме того, алфавитный принцип группировки будет не очень удобным для читателя. Очевидно, что одним из наиболее разумных решений проблемы наряду с очевидным жанровым будет тематический принцип. Исходя из этого, редактору необходимо хорошо ориентироваться в тематике издаваемых произведений. Таким образом, целью настоящего исследования было изучение возможности тематической группировки эвенских преданий и легенд при подготовке нового издания эвенского фольклора.

Для реализации цели был произведен филологический и редакторский анализ тематики. Тексты для исследования были взяты из следующих источников: «Эвенские нимканы Дарьи Михайловны Осениной» (сост.: Александра Лаврилье, Дэян Матич. – Германия.: Изд-во культурного фонда Сибири, 2013), изданий К. А. Новиковой «Эвенский фольклор» (Магадан: Магаданское книжное издательство, 1958) и «Эвенские сказки, предания и легенды» (Магадан: Магаданское книжное издательство, 1987), учебного пособия Х. И. Дуткина «Эвенский фольклор» [2], рассматривались только предания и легенды.

К основным эвенским фольклорным жанрам относят:

- 1) нимкан – эпические сказания, сказки о животных, волшебные, кумулятивные сказки;
- 2) тэлэң – рассказы, предания, мифы, легенды и мифологические рассказы;
- 3) икэ – личные песни, песни-импровизации;
- 4) төннэкич – обычаи и запреты [3].

Для хронологической ясности существует также разграничение на мифы (өсиди тэлэн) о происхождении земли и человека; исторические сказания-предания (горап тэлэнг) [4] о происхождении эвенских родов и племен в отдаленном прошлом; легенды (текэрэп тэлэн) об Оймяконском чудовище или о чучуне, встречающихся в настоящее время в жизни эвенков [2].

Тэлэң для эвенков в первую очередь – это древние достоверные вести о событиях былого времени, оформляются они как рассказ-повествование. В отличие от эвенков, в равных социальных условиях жизни эвенки сохранили веру в священность повествований тэлэң и образ Всевышнего божества Хэвки [5].

В ходе анализа определены основные темы, проблемы, образы, которые встречаются в фольклоре народа эвенков:

- 1) отношения внутри семьи;
- 2) мудрость и храбрость женщины;
- 3) противостояние богатырей и слабых;
- 4) мудрость животного;
- 5) связь животного и человека;
- 6) вражда семей/поселений;
- 7) социальная несправедливость;
- 8) чудовища и нечистая сила.

Семья также имеет основополагающее значение в фольклорных произведениях. Важность семейных уз подчеркивается в большинстве преданий и легенд об эвенках. Причинение вреда семье зачастую являлось одной из ключевых причин возникновения конфликтов среди народов и поселений. Однако здесь важно заметить – фольклор эвенков повествует нам и о побегах женщины из семьи из-за страха быть съеденной в трудные времена («Случай из старой жизни»). К произведениям, в которых была выявлена тема семьи, можно отнести «Омочон», «Медведь», «Умчени и Уиндья», «О жизни в старину».

Женщина выступает в произведениях не только как хранительница очага, но и как отважная фигура. В «Женском ключике» символично подчеркнута храбрость женской натуры по сравнению с мужской – в том месте, где погибла женщина, забил ключ. Хра-

брось и отвага всегда поощряются в эвенском фольклоре – природными дарами или же спасением людей. В фольклоре эвенков женщины своим умом и хитростью спасают своих мужей от голода, от верной смерти. К произведениям, в которых была выявлена тема смелости и мудрости женщины, можно отнести «Омочон», «Женский ключик».

Одной из тем сюжета многих преданий и легенд является противостояние сильных и слабых. Большинство конфликтов в эвенском фольклоре решается силой. Желание доказать свою силу и месть может стать причиной убийства. При этом один из важнейших тезисов, который выносит для себя слушающий легенды и предания – смекалка, хитрость и смелость играют большую роль, чем физическая сила. К произведениям, в которых была выявлена тема противостояния богатырей и слабых, можно отнести «Омочон», «О прошлой жизни орочей и коряков», «Медведь».

Медведь в фольклоре эвенков играет важнейшую роль, поскольку именно он является источником мудрости, главным примером честности. Его берлога часто оказывается единственным местом для укрытия человека, который ищет кров. Однако же голодный медведь способен убить всю семью, разрушить юрту. Легенды учат, что это животное следует всегда уважать как никакое другое. Более того, медведь – единственное животное в фольклоре эвенков, которое может быть непосредственно связано с семьей – в «Медведе» человек и медведь рождены от одной матери. Медведю посвящают даже обрядовые песни. К произведениям, в которых были выявлены темы мудрости животного и связи его с человеком, можно отнести «Случай из старой жизни», «Медведь».

Важнейшей темой легенд и преданий эвенков является вражда народов и поселений. Фольклор описывает читателю жестокие картины убийства и мести. Слушающий легенды складывал собственное отношение к тому или иному народу, учился хитростям наступлений и обороны, искусству войны. К произведениям, в которых были выявлена тема вражды семей и селений, можно отнести «Омочон», «О прошлой жизни орочей и коряков», «О жизни в старину», «Случай из жизни в старину».

Тема социальной несправедливости хорошо нам известна из классической русской литературы, однако в эвенском фольклоре она показана в ином виде. Любое событие имеет более жесткие последствия, нежели рядовой читатель привык видеть. На кону всегда жизнь одного человека или же целой семьи. Например, в «Смелом Унянге» мы видим четкое противопоставление Унянги и народа, который его поддерживает, и царя, из-за воли которого мальчик погибает. У слушающего такая ситуация формирует резко негативное отношение к представителям власти, ведь мальчик не сделал ничего такого, за что стоило бы лишать жизни. К произведениям, в которых были выявлена тема социального неравенства, можно отнести «Смелый Унянга», «Умчени и Уиндья».

В легендах об оймьяконском чудовище читатель узнает о шукообразном существе, которое обитает в озере Лабынкыр. С чудовищем, живущим на дне озера, связывают таинственное исчезновение скота, а также гибель людей. К произведениям, в которых была выявлена тема чудовища, относим «Легенда об оймьяконском чудовище», «Еще раз об оймьяконском чудовище».

В преданиях эвенков шаманство и колдовство предстает как нечистая сила, обман, в который люди раньше верили. Тема шаманства была выявлена в «Шаманках», «О прошлой жизни орочей и коряков», где шаманка показывает дорогу путникам с помощью своей силы.

Главная мудрость, которую должен был усвоить слушающий эти легенды и предания – нужно уважать природу, быть хитрым, иметь достоинство и смелость.

Проведенный анализ эвенских преданий и легенд показал, что они существенно отличаются от привычных для российского читателя фольклорных текстов. Поэтому при подготовке нового издания эвенских преданий и легенд редактору можно рекомендовать размещение перед основным текстом вступительной статьи, которая бы подготовила читателя к их восприятию. Так, например, по сюжету в конце предания «Медведь» проводится праздник поедания медвежьего мяса Уркачак, суть которого можно пояснить в примечаниях или же в подстрочном комментарии.

В исследованных текстах содержится большое количество географических названий, в связи с чем полезным было бы размещение в издании наглядной карты с перемещениями и расселением эвенов и народов, с которыми они взаимодействуют по преданиям и легендам. В качестве иллюстраций к легендам об Оймяконском чудовище можно разместить карту озера Лабынкыр.

В «Омочоне» читатель встретится с одним из немногочисленных примеров многоженства в культуре эвенов. Важно пояснить (например, во вступительной статье), что многоженство у исследуемого народа встречалось до начала XX века, далее отношения в семье изменялись в сторону наших нынешних представлений.

Для разработки элементов оформления и аппарата издания редактору, возможно, потребуется привлечение специалиста по истории и культуре народов Севера или по межкультурной коммуникации.

Библиографический список

1. Историческая энциклопедия Сибири: [в 3 т.]. — Новосибирск.: Издательский дом «Историческое наследие Сибири», Т. 3, 2010. — 783 с.
2. **Дуткин Х. И.** Эвенский фольклор: спецкурс для студентов-эвенов ЯГУ. — Якутск.: Изд-во ЯГУ, 1996. — 67 с.
3. **Бурыкин А. А.** Малые жанры эвенского фольклора. Загадки, пословицы и поговорки, запреты-обереги, обычаи и предписания, приметы (исследование и тексты). — СПб.: «Петербургское востоковедение», 2001. — 288 с.
4. **Шарина С. И., Кузьмина Р. П.** Функционирование фольклора в среде эвенов // Научный диалог. — 2019. — № 10. — с. 295–308.
5. **Дьякова М. П.** Мифы творения мира в фольклоре эвенов // IV Всероссийский конгресс фольклористов. Вопросы изучения фольклорной несказочной прозы. — 2019. — Т. 2. — С. 257–266.

Коваленко Екатерина Александровна — бакалавр, кафедра «Издательское дело», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург. E-mail: ecaterinacov4lenko@yandex.ru. Тел.: +79817076025.

УДК 37.03

*Полина Андреевна Крачко,
Анастасия Денисовна Волошинова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ДУХОВНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ: ПОНЯТИЕ, ФУНКЦИИ, ДИНАМИКА ВЫПУСКА

Аннотация. Данная статья изучает понятие духовно-просветительных изданий в их связи с детскими изданиями, определяет функции изданий данного целевого назначения и читательского адреса. В ходе исследования была разработана методология отбора необходимых для изучения духовно-просветительных детских изданий с точки зрения их концепции и редакторской подготовки, что позволило сформировать выборку из 150 детских духовно-просветительных изданий, выпущенных в период 1990–2020 годов. В результате анализа были сформулированы выводы об изменениях выпуска и редакторской подготовки изданий данного вида.

Ключевые слова: духовно-просветительное издание, детское издание, целевое назначение, методология отбора, функции издания.

*Polina A. Krachko,
Anastasia D. Voloshinova*
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

SPIRITUAL AND EDUCATIONAL PUBLICATIONS FOR CHILDREN: CONCEPT, FUNCTIONS, DYNAMICS OF RELEASE

Abstract. This article studies the concept of spiritual and educational publications in their connection with children's publications, defines the functions of publications of this purpose and the reader's address. In the course of the study, a methodology was developed for selecting the necessary spiritual and educational children's publications from the point of view of their concept and editorial preparation, which made it possible to form a sample of 150

children's spiritual and educational publications issued in the period 1990–2020. As a result of the analysis, conclusions were formulated about changes in the issue and editorial preparation of publications of this type.

Keywords: spiritual and educational publication, children's publication, intended purpose, selection methodology, functions of the publication.

Издание как продукт издательской деятельности освещает различные общественные процессы и явления, способствует формированию мировоззрения у читателей, что определяет востребованность подготовки и создания новых изданий, необходимость их изучения и обосновывает их социальную, экономическую и духовную значимость.

К изданиям, способствующим формированию мировоззрения, относятся, в частности, духовно-просветительные и детские издания, которые в связи с особенностями целевого назначения и читательского адреса оказываются важными для рассмотрения их влияния на развитие потенциальных читателей.

Исходя из этого, представляется актуальным изучение духовно-просветительных и детских изданий не только в аспекте самостоятельных понятий, но и в их связи друг с другом, а также их изучение с точки зрения редакторской подготовки и выпуска.

Прежде всего рассмотрим понятие и основные признаки духовно-просветительного и детского издания. Согласно ГОСТ Р 7.0.60–2020 издание для детей и юношества определяется как «издание, содержащее произведение художественной литературы или познавательного характера, выпущенное для читателей до 18 лет и отличающееся особым художественным и полиграфическим оформлением» [1, с. 9]. Данное определение согласуется с определениями термина и других исследователей. Духовно-просветительные издания, согласно ГОСТ Р 7.0.60–2020, представляют собой издания, «<...> разъясняющее постулаты мировоззрения, основанного на вере <...>» [1, с. 10]. Однако стоит отметить, что среди научной литературы исследователями даются отличающиеся трактовки понятия духовно-просветительного издания. Различия заключаются как в содержании термина, так и его наименования в общем, что приводит к непоследовательности и несогласованно-

сти в определении духовно-просветительных изданий. Приведем несколько определений понятия для формирования более полного и обоснованного представления термина.

Так, некоторые исследователи трактуют духовно-просветительные издания исключительно как издания религиозного характера: издания, в которых «освещаются проблемы человека и общества, носящие метафизический, религиозный, мистический или эзотерический характер» [2]. Исследователь А. С. Колоев здесь определяет духовность как мировоззрение, которое лежит за пределами научного познания, в аспекте религиозных учений и практик, что придает изданиям данного вида, с точки зрения автора, псевдонаучный характер.

С другой стороны, духовно-просветительные издания содержат разного рода информацию и выполняют в процессе чтения специфические задачи. В связи с этим некоторые авторы справедливо отмечают неполноту такой трактовки данного вида издания. На основе этого исследователь Т. М. Маруняк под духовно-просветительными изданиями понимает также издания, которые адресованы людям «с секулярным сознанием, задумывающимся о смысле жизни», а также «для ищущего человека» [3, с. 89].

Духовно-просветительное издание выполняет основную функцию просвещения читателей в какой-либо сфере духовной жизни человека, которая, в свою очередь, включает в себя не только вопросы религии и веры, но и вопросы образования, потребностей, способностей, чувств, стремлений, целей человека, объединение которых составляет духовный мир личности. Данная функция просвещения и воспитания характерна также и для детских изданий. Кроме того, если рассматривать понятия духовность и духовная жизнь, то среди исследователей закрепилось представление о том, что термин духовность шире, чем термин религиозность [4, с. 77].

Помимо духовно-просветительных изданий, исследователями выделяются культурно-просветительные издания, или специализированные издания в сфере культуры. Как пишет исследователь Р. В. Зинин, издания данного вида «принимают активное

участие в трансляции ценностно-нормативных установок, мировоззренческих и эстетических взглядов, проявляя способность их трансформации» [5, с. 62]. Названные функции, выполняемые культурно-просветительными изданиями, объединяют их с духовно-просветительными, выполняющими те же задачи, и на этом основании данные термины могут пониматься как тождественные.

Таким образом, понятие духовно-просветительного издания включает в себя широкий круг определений. При этом выполняемые данными изданиями функции просвещения и воспитания читателей являются основным фактором, объединяющим данные термины и позволяющим называть их тождественными, а также связывают их с детскими изданиями.

Для дальнейшего исследования особенностей выпуска духовно-просветительных изданий и оценки их распространенности на книжном рынке была сформирована методология отбора изданий, отвечающих признакам духовно-просветительных изданий. В состав выборки вошло 150 изданий, выпущенных в период с 1990 по 2020 года.

В качестве первого метода отбора духовно-просветительных изданий для детей был использован отбор необходимых изданий по словесным маркерам, используемым в названии. Поскольку духовно-просветительные издания нацелены на выполнение различных задач: обучение читателей в той или иной сфере, развитие навыков и умений, формирование определенного мировоззрения, в том числе религиозного, приобщение к знаниям в области духовной жизни человека и общества, культуры, этики, морали, социального взаимодействия, то для привлечения внимания читателей к освещаемым вопросам одним из способов редакторской работы над изданием является вынесение значимых слов в заголовок издания. Данные слова оказываются ключевыми и позволяют в емкой, быстро считываемой и доступной форме отразить основное содержание издания. По этой причине поиск и отбор изданий, по специфическим словам, и формам представления названий представляется корректным и обоснованным для дальнейшего исследования.

Сформируем классификацию данных маркеров в зависимости от их смыслового содержания, что позволит ограничить круг рассматриваемых изданий по темам, читательскому адресу и целевому назначению:

1) слова и словосочетания, связанные с духовной сферой общества, религией, моралью, мировоззрением, отражающие вечные ценности: жизнь, смерть, вера, библия, заповеди, культура, взросление и др.;

2) слова и словосочетания, относящиеся к внутреннему миру читателя, его переживаниям, мыслям, отношению с телом: чувства, чувствовать, эмоции, грусть, радость, тело и др.;

3) слова и словосочетания, относящиеся к саморазвитию ребенка, организации качественного режима труда и отдыха, освещение вопросов, связанных с учебой и школой: навыки, советы, инструкция, путеводитель, секреты, ответы, отличник, школьник, успех, порядок и др.;

4) слова и словосочетания, раскрывающие сферу общения и неформального взаимодействия с окружающим миром и людьми: друзья, одноклассники, популярность, общение, отношения, границы, семья, родители и др.;

5) указание в названии издания читательского адреса: «для детей», «для подростков», «для девочек», «для мальчиков» и др.;

6) синтаксические особенности названия: вопросительные конструкции, обращения к читателю и установление связи с ним: «Как...?», «Почему...?», «Вопросы о...», «Я...», «Мои...» и др.

Поиск и отбор духовно-просветительных изданий для детей также осуществлялся благодаря традиционным и интернет-магазинам с книжной продукцией, а также библиотекам как основным источникам массива изданий. Для удобства поиска необходимого издания существуют различные системы типологии и разделения литературы по категориям, которые используются также на сайтах и в ассортименте издательств.

Такой метод отбора соответствующих изданий является корректным и допустимым, поскольку отражает назначение, смысловое и тематическое содержание издания через его оценку издательством, а также в соответствии с библиотечной классификацией.

Исходя из этого, одним из методов отбора соответствующих изданий будет являться отбор изданий в следующих разделах:

- познавательная литература для детей;
- психология, саморазвитие; развитие ребенка;
- воспитание, педагогика;
- детская научно-популярная литература;
- детский досуг; творчество для детей;
- религия; детская религиозная литература.

Отобранные духовно-просветительные издания для детей были проанализированы по периодам длительностью в десятилетие с точки зрения

Рассмотрим динамику и изменения выпуска духовно-просветительных изданий для детей за последние 30 лет по периодам длительностью в десятилетие.

Прежде всего стоит отметить, что для периода 1990–2000 гг. характерен средний выпуск различных наименований тиражами примерно в 3000–4000 экземпляров, что обусловлено общей востребованностью как в общекультурных, так и в религиозных изданиях, которые, тем не менее, уступали по числу тиражей первым. По числу наименований данный период характеризуется наименьшим диапазоном освещаемых в изданиях нерелигиозных тем, среди которых преобладают темы физиологического и эмоционального взросления девочек и мальчиков, правила этикета и прививание социально полезных навыков общения, а также просвещение детей в сфере финансовой грамотности. Библии для детей и издания, освещающие религиозные вопросы значительно уступают общекультурным изданиям.

Далее в период 2001–2010 гг. наблюдалось некоторое сокращение выпуска уникальных наименований и преобладание переизданий, выпущенных ранее (например, «Лучшая книга для девочек»; «Правила поведения для воспитанных детей» и др.). При этом объем тиражей достигал 7000 экземпляров и более, что свидетельствует о востребованности изданий данного рода, однако о существующей невозможности создания уникальных новых изданий по ряду причин, в том числе экономической и социальной обста-

новкой в стране. Тематика изданий сохраняется, однако вопросы этикета и общения со сверстниками, эмоционального взросления, финансовой грамотности и экологичного поведения освещаются более подробно и глубоко. Издания религиозного характера также представлены меньшим количеством по сравнению с общекультурными.

Наконец для периода 2011–2020 гг. характерен значительный рост количества уникальных наименований, что обусловлено разнообразием тем, количеством действующих издательств, авторов и высоким спросом на познавательные и просвещающие издания как среди родителей, так и среди детей. При этом объемы тиражей в среднем составляют 2000–3000 экземпляров, поскольку наряду с качественным книжным продуктом сохраняются издания, ориентированные в основном на одноразовое прочтение. Среди освещаемых вопросов наблюдаются значительное расширение тем и их проработка, в изданиях рассматриваются вопросы социального взаимодействия в том числе в социальных сетях, развитие социальных навыков в условиях современного общества, освещение вопросов ментального здоровья, охраны и защиты природы, при этом сократилось количество изданий, предназначенных только для девочек или только для мальчиков, что позволяет рассматривать проблемы и вопросы детей в совокупности, а не в отдельности друг от друга, удовлетворяя потребность во всестороннем знании. Количество религиозных изданий, которые можно отнести к данному виду, увеличилось по сравнению с предыдущими десятилетиями.

Таким образом, была проанализирована динамика выпуска духовно-просветительных изданий для детей, следствием которой является качественный рост наименований изданий данного вида и сокращение объемов тиражей по сравнению с предыдущими периодами. При этом можно сделать вывод о сохранении как предложения, так и спроса на данный книжный продукт и его значительном росте с точки зрения качества редакторской подготовки издания.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 7.0.60–2020 Издания. Основные виды. Термины и определения. М.: Стандартинформ, 2020. 46 с.
2. **Колоев А. С.** Научно-просветительские издания как типологическая ниша [Электронный ресурс] // Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. URL: <http://mediascope.ru/en/node/1089#7>, режим доступа свободный (дата обращения: 01.03.2022).
3. **Марунык Т. М.** Концепция духовно-просветительного издания на примере книги архиепископа Аристарха (Станкевича) «Слова преподобного Симеона Нового Богослова и их особенности» // Труды БГТУ. № 9. Издательское дело и полиграфия. 2016. № 9 (191). С. 87–92.
4. **Балакшин А. С.** Диалектика духовной жизни общества // Вестник Волжской государственной академии водного транспорта. 2013. № 34. С. 77–80.
5. **Зинин Р. В.** Специализированные издания в сфере культуры: опыт классификации // В сборнике: Дискурсология и медиакритика средств массовой информации. Сборник научных работ по материалам международной научно-практической конференции. Под ред. А. В. Полонского, М. Ю. Казак, С. В. Ушаковой. 2017. С. 59–67.

Крачко Полина Андреевна — студент, «Издательское дело», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: polia.krachko@yandex.ru.

Волошинова Анастасия Денисовна — старший преподаватель, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: advoloshinova@gmail.com.

УДК 655.4/5:811.113.5

*Екатерина Евгеньевна Мурлатова,
Анна Владимировна Большакова*
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА НОРВЕГИИ

Аннотация. В статье рассмотрены ключевые характеристики современного издательского дела Норвегии: ведущие издатели, системы регистрации, хранения и распространения книжной продукции, а также актуальные меры государственной поддержки книгоиздательской отрасли.

Ключевые слова: современное издательское дело, норвежская литература, библиотечное дело, книжная продукция.

*Ekaterina E. Murlatova,
Anna V. Bolshakova*
Peter the Great Saint Petersburg
Polytechnic University

CURRENT TRENDS IN MODERN NORWEGIAN PUBLISHING

Abstract. The paper considers major characteristics of modern publishing in Norway. The following aspects of the industry were studied: leading publishing companies, the system of registration, storage, and distribution of books, current measures of State support for the publishing industry.

Keywords: modern publishing industry, Norwegian literature, librarianship, books.

Всеобщая цифровизация обуславливает важность гибкости и адаптивности отдельных отраслей производства. Исследование опыта зарубежных коллег потенциально влечет за собой актуализацию теоретических знаний, а также рост их практического при-

менения. Чем больше мы узнаем о достоинствах и недостатках, внедряемых иностранными коллегами технологий, тем более эффективно мы сможем их использовать в отечественной практике книжного дела.

Данная статья обобщает данные об актуальном состоянии издательского дела Норвегии, опубликованные в авторитетных российских и зарубежных источниках (годовые отраслевые отчеты, профильные журналы и статистические базы данных). Среди использованных в ходе проведения исследования методов стоит отметить анализ и синтез данных.

Современная норвежская книжная отрасль отличается высоким уровнем развития и государственной поддержкой. В рассматриваемом регионе насчитывается свыше 400 издательств, среди которых заметно выделяются наиболее крупные Gyldendal, Cappelen Damm, Aschehoug, Vigmostad & Bjorke. Норвежские книжные магазины, как правило, являются сетевыми и принадлежат одному или нескольким издательствам. Региональному книгоизданию свойственна «вертикальная интеграция»: ведущие издательства задают темп и направляют развитие более мелких предприятий. Например, в их власти мотивировать конкурентов на покупку маленького издательства или книжной сети. Принадлежащая издательству Aschehoug книготорговая сеть Norli Libris насчитывает около 180 филиалов, а дочерней компании Vigmostad & Bjorke (VB Bok) принадлежит сеть книжных магазинов Akademika, интернет-магазин Haugenbok.no, а также магазин электронных и аудиокниг Ebok.no [1].

Норвегия – страна, в которой на языковом уровне отражается стремление к сохранению самобытности и национальной идентичности: два официальных языка – букмол и новонорвежский язык, а также большое количество диалектов. В приоритете у большинства издателей букмол. Однако издательство Det norske Samlaget ежегодно выпускает около 100 наименований художественной, учебной, научно-популярной, детской и молодежной литературы на новонорвежском языке и различных диалектах [2].

Организация деятельности норвежской библиотечной системы закреплена на федеральном уровне: Акт о библиотеках

(Folkebibliotekloven) содержит требование о наличии в каждом муниципалитете публичной библиотеки, возглавляемой профессионально подготовленным специалистом. Все публичные библиотеки, которых в стране около 800, составляют единую сеть и принимают совместное участие в общих программах. Библиографический центр Норвегии (Национальная библиотека) отвечает за регистрацию обязательного экземпляра книжных изданий. Фонды Национальной библиотеки, а также многих научных и университетских библиотек отражены в сводном электронном каталоге библиотек Норвегии BIBSYS. Каталог ведется с 1972 года, а поиск в нем осуществляется при помощи стандартного набора полей: автор, заглавие, ключевые слова, предметные рубрики, ISBN и ISSN [3].

Между Библиотекой и норвежской газетой Aftenposten заключен договор, по условиям которого издание в электронном формате поступает в доступную для всех пользователей сайта библиотеки электронную коллекцию. По соглашению с Радиовещательной компанией о создании цифровой коллекции национальной музыки в архив включены радиозаписи с 1930 года. Кроме того, Норвегия стала первой страной в мире, которой удалось достичь взаимопонимания с правообладателями касательно размещения значительного объема доступной литературы: в 2018 году был завершён процесс оцифровки литературного наследия, в фондах размещено 270 000 книг для бесплатного чтения [4].

В 2019 году благодаря выделенным средствам были оцифрованы 11 284 книги, 17 963 периодических издания, а также 2 234 205 страниц архивных материалов для Национального Архива. Осенью этого же года был открыт картографический центр, в коллекции которого более 400 материалов. За 2019 год библиотека предоставила доступ к 114 871 подкастам и стриминговым сервисам, число которых выросло на 82 625 по сравнению с 2018 годом. В 2020 году наблюдается увеличение приведенных цифр по ряду показателей. В частности, количество оцифрованных страниц архивных материалов выросло до 10 172 986 [5, 6].

Формы государственной поддержки книгоиздания отражают также и национальную политику в отношении литературы: со-

хранение и развитие культуры чтения, поддержка писателей, издательств и библиотек, продвижение норвежского литературного наследия во всем мире. Общими вопросами защиты прав и интересов региональных книгоиздательских организаций занимается Норвежская ассоциация издателей, в сферу которой также входит защита и укрепление свободы публикации на национальном и международном уровнях, повышение уважения к авторскому праву, укрепление и развитие литературы в Норвегии, исследование состояния рынка и подготовка статистики [7].

Поддержка детского книгоиздания заключается в распределении выкупленной государством фиксированной части тиража (1550 экземпляров) каждого наименования среди сети библиотек. Эта мера была дополнена повышением ставки гонорара детским писателям до 22%. Качество выпускаемой продукции обеспечивают входящие в состав Совета по культуре комитеты, сотрудники которых проводят экспертную оценку книг: в случае признания низкого качества продукции издатель обязан вернуть полученную субсидию. Тираж из оборота не изымается, что положительно сказывается на числе наименований и тираже выпускаемых книг. Подобная практика одновременно экономически стимулирует издателей, гарантирует окупаемость минимального тиража и сокращает расходы при пополнении библиотечных фондов. Кроме того, норвежские издатели по закону освобождены от уплаты НДС, а с июля 2019 года был отменен налог на электронные книги [3].

Для преодоления последствий кризиса, вызванного пандемией коронавируса, в Норвегии были предприняты следующие меры: писатели и самозанятые переводчики получили компенсацию заработка в размере 80%; публичные библиотеки — финансовую поддержку в размере 1,6 миллионов евро для закупки электронного контента норвежских авторов; было достигнуто соглашение между Национальной библиотекой и правообладателями о закупке и размещении контента на сумму 20 000 евро [8].

Благодаря деятельности фонда Nogle, занимающегося продвижением национальной литературы за рубежом, в 2019 году Норвегия стала почетным участником Франкфуртской книжной ярмарки.

Развернувшаяся в рамках мероприятия рекламная кампания способствовала росту интереса к современной литературе Норвегии по всему миру [1].

Оказанные государством меры поддержки привели к двум годам рекордных показателей. По данным портала Boknett.no в 2020 году база данных Mentor зафиксировала 15 000 новых релизов, среди которых заметно выделяются цифровые издания: рост числа аудиокниг за рассматриваемый период составил почти 44% (количество аудиофайлов выросло с 1 400 до 2 500). Данные показатели увеличились в 2021 году: число регистраций новых изданий в базе достигло 15 253 (3 366 из которых — аудиокниги), а число издателей — 486 [9].

Наибольшую популярность в 2021 году получили такие жанры художественной литературы как биографический, исторический и детективный романы. Также было выпущено много современной литературы, посвященной теме Второй мировой войны, вопросам краеведения и саморазвития [там же].

В заключение хочется сказать о тех выводах, к которым мы пришли в ходе нашего исследования. Книгоиздательское дело и библиотечная система Норвегии имеют серьезную поддержку со стороны государства. Особенно ощутимо эти меры проявились в период пандемии коронавируса. Стоит отметить, что в последние годы в стране наблюдается рост интереса читателей к цифровым изданиям литературных произведений. Особенно важным является тот факт, что участие деятелей книгоиздательской отрасли Норвегии в международных книжных фестивалях и ярмарках сыграло огромную роль в популяризации и распространении произведений норвежского литературного наследия по всему миру.

Библиографический список

1. Норвежская литература сегодня [Электронный ресурс] // Журнал «Книжная индустрия». 2020. URL: <https://www.bookind.ru/categories/abroad/9769/> (дата обращения: 23.10.2021).
2. Лучшая страна для писателей: Интервью с редактором и издателем Кристианом Кельструпом о норвежском книжном рынке [Электронный

ресурс] // Горький. 2018. URL: <https://gorky.media/context/luchshaya-strana-dlya-pisatelej/> (дата обращения: 15.10.2021).

3. Путешествие по скандинавским библиотекам: Норвегия [Электронный ресурс] // МКУК ЦБС города Челябинска, 2017. URL: <http://chelib.ru/to-colleagues/share-exp/178-puteshestvie-po-skandinavskim-bibliotekam-norvegiya> (дата обращения: 19.10.2021).

4. Nå kan du lese 270 000 bøker gratis på nett. Men noen bestselgere mangler [Electronic resource – in Norwegian]. – URL: <https://www.dagbladet.no/kultur/na-kan-du-lese-270-000-boker-gratis-pa-nett-men-noen-bestselgere-mangler/69396347> (date of treatment: 10.10.2021).

5. Nasjonalbibliotekets årsrapport 2019 [Electronic resource – in Norwegian]. – URL: https://issuu.com/nasjonalbiblioteket/docs/nb_annual_report_2019 (date of treatment: 07.11.2021).

6. Nasjonalbibliotekets årsrapport 2020 [Electronic resource – in Norwegian]. – URL: https://issuu.com/nasjonalbiblioteket/docs/nb_annual_report_2020_issuu (date of treatment: 07.11.2021).

7. Vi ønsker oss en bokenes jul [Electronic resource – in Norwegian]. – URL: <https://forleggerforeningen.no/nyhetsarkiv/vi-onsker-oss-en-bokenes-jul/> (date of treatment: 05.11.2021).

8. Книжный рынок России: Состояние, тенденции и перспективы развития в 2019 году. Отраслевой доклад. – Текст: электронный // Журнал «Книжная индустрия» [сайт]. – 2020. – 25 мая. – URL: https://www.bookind.ru/analitika/otraslevye-doklady/Bookmarket-2019_itog.pdf (дата обращения: 15.03.2021).

9. Rekordmange nye bøker i 2021! [Electronic resource – in Norwegian]. – URL: <https://www.boknett.no/Nyheter/2021/Januar/2020-oppsommert-medtall-fra-Mentor> (date of treatment: 20.03.2022).

Мурлатова Екатерина Евгеньевна – студент, «Издательское дело», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: murlatova.ee@edu.spbstu.ru.

Большакова Анна Владимировна – старший преподаватель, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: bolshakova_av@spbstu.ru.

УДК 655.512.1

Анастасия Павловна Николаева
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ТРЕНДЫ В РЕДАКТОРСКОЙ ПОДГОТОВКЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ ИСТОРИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Аннотация. В статье описан анализ редакторской подготовки, направленный на выявление тенденций в составлении периодических изданий исторической направленности. В работе выявлены и проанализированы три ценовые категории таких изданий: низкая, средняя и высокая. Научная новизна заключается в подробном изучении с точки зрения редакторской подготовки, лингвистики и речевого воздействия, а также классификации подобного рода изданий. В результате для низкой и высокой категорий были выявлены общие тенденции в редакторской подготовке и отборе материала.

Ключевые слова: тенденция, периодические издания, редакторская подготовка.

Anastasia P. Nikolaeva
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

TRENDS IN THE EDITORIAL PREPARATION OF PERIODICALS OF HISTORICAL ORIENTATION

Abstract. the article describes the analysis of editorial training aimed at identifying trends in the compilation of historical periodicals. The paper identifies and analyzes three price categories of such publications: low, medium and high. Scientific novelty lies in a detailed study in terms of editorial preparation, linguistics and speech impact, as well as the classification of such publications. As a result, general trends in editorial preparation and selection of material were identified for the low and high categories.

Keywords: trend, periodicals, editorial training.

В настоящее время на российском печатном рынке присутствует большое количество различных периодических изданий, в том числе: журнальные, газетные, календарные и другие. Потенциальный читатель имеет возможность выбора тематики такого рода издания, к примеру: журналы о дикой природе, индустрии моды или же на историческую тематику.

Целью исследования является рассмотрение особенностей периодических изданий исторической направленности, которые представлены на массовом рынке. Материалом для исследования послужили периодические издания, распространяемые через газетные киоски и масс-маркеты.

У подобных изданий, как правило, большие тиражи, которые могут достигать сотни тысяч экземпляров. Такие издания могут оказывать большое влияние на потенциальных читателей, следовательно, задача изучения речевого воздействия в такого рода статьях представляется актуальным.

Методология отбора материала для исследования

Отбирая определенные издания для последующего анализа, мы опирались на несколько критериев. Подобное издание должно быть доступно для широкого круга читателей, то есть мы выбирали те издания, которые продаются в торговых точках массового характера. Помимо этого, исходя из ГОСТа 07.60.2020, мы выбирали только периодически выходящие издания [1]. Кроме этого, периодическое издание должно быть посвящено исторической тематике. На основании этих критериев нами были отобраны 10 выпусков такого рода изданий за период январь — март 2022 года. Произведя анализ этих выпусков, мы разделили их на три ценовых категории: низкая, средняя и высокая.

В низкую ценовую категорию (ценовой диапазон до 100 рублей), входят: «Загадки истории», «Военная история», «История. Тайны прошлого», «Секреты и архивы», «Архивы XX века». В среднюю ценовую категорию (диапазон цен от 100 до 300 рублей) можно отнести журналы: «Дилетант», «Историк» [2]. К высокой

ценовой категории (от 300 до 500 рублей) можно отнести издание «Родина» [3].

В результате такого отбора материала общий объем статей для анализа составил примерно 140 текстов.

Методика исследования

Для достижения поставленной цели нами были реализованы следующие задачи: проанализировать жанры публикаций выпусков журналов, проанализировать принципы отбора авторов для публикаций, провести анализ содержания текстов публикаций, провести анализ речевого воздействия отдельных статей, а также провести анализ языковых средств.

Для этого нами были использованы следующие методы исследования: редакторский анализ, лингвистический анализ, в том числе семантический и стилистический, а также коммуникативно-прагматический анализ.

Результаты исследования

Анализ жанров, представленных в изданиях, показал, что в журнал низкой ценовой категории, преобладает жанр статьи (98% от всего публикуемого материала). В изданиях средней и высокой ценовой категории статьи составляют 50%—80% от всего публикуемого в выпуске, остальной материал — это интервью.

В результате данного анализа мы сделали вывод о том, что в средней ценовой категории и в высокой — редактор стремится подготовить издание отличное от других, в то время как в низкой ценовой категории, издания однотипны, различны лишь названия.

Анализ отбора авторов показал, что для изданий низкой ценовой категории характерно отсутствие указания авторов. Так, в издании данной категории под названием «Военная история» в 20—30% публикаций — авторы не указаны. Это может свидетельствовать о нивелировании авторского начала в данных статьях. В изданиях, относящиеся к средней ценовой категории, автор ука-

зан почти всегда. Более того, для укрепления статуса автора редакция в 60% публикаций указывает место работы, адрес его аккаунта в социальных сетях, а также ученую степень (при наличии таковой). В изданиях высокой ценовой категории автор указан всегда. Как правило, они являются журналистами, публицистами, историками. Помимо этого, всегда указывается ученая степень автора. Помимо этого, в издании присутствует отдельный список с упоминанием всех авторов и перечислением тех статей, которые были написаны для конкретного выпуска.

Анализ отбора авторов в «Дилетанте» показал, что статьи написаны кандидатами исторических наук, искусствоведами, а также журналистами. Данное издание в большей степени направлено на речевое воздействие, чем на анализ тех или иных исторических событий, потому как под журнальной статьей подразумевается жанр журналистики, суть которого в стремлении автора к объективному анализу социального явления, процесса или же ситуации, чтобы изучить, что общего лежит в их основе [4]. Несмотря на данное определение, материал, помещаемый в выпуски, содержит множество эмоциональных оценок и анализ определенного исторического события лишь с одной из сторон конфликта.

В издании «Историк» авторами являются специалисты в различных областях: театральные критики, искусствоведы, историки и другие. Помимо этого, авторами значатся журналисты, а также сами редакторы журнала.

Анализ материала издания «Родина» показал, что интервью берут историки, ведущие журналисты, которые широко известны в своей профессиональной деятельности, а приглашенные люди — как правило являются экспертами в области истории, очевидцами, политиками и иными деятелями. В частности, редакционный совет «Родины» состоит преимущественно из кандидатов исторических наук, журналистов, а также иных видных деятелей науки. Составители стремятся к подаче объективной и полной информации, раскрытию различных аспектов нашей современности.

Анализ содержания изданий показал: для изданий более низкой ценовой категории характерно представление материала в

виде сенсаций, сплетен, теорий заговора и слухов. Например, в издании «Загадки истории» опубликована статья под названием «*За что иезуиты убили Павла I?*» Подобный заголовок имеет скрытое утверждение, что в свою очередь относится к тактике речевого воздействия [5]. Кроме этого, мы также выявили, что тенденция для изданий низкой ценовой категории проявляется в стремлении привлечь внимание яркими, неординарными заголовками, в которых может содержаться гипотеза, а не проверенные данные.

Издание «Историк» отбирает материал, фокусируя внимание на исторических событиях, например, юбилей исторически важной личности или же какого-либо события. Также, необходимо отметить и жанровое разнообразие: присутствуют статьи и интервью с очевидцами событий, политиками и другими деятелями. Например, в номере за январь 2022 года опубликовано интервью с очевидцем событий 1990-х годов, депутатом о судьбе России. Необходимо отметить и наличие причинно-следственных вопросов, задаваемых интервьюируемому, что является характерной чертой для научных изданий.

Составители издания «Дилетант» выбирают те исторические темы для рассмотрения, которые имеют аналогию с актуальными событиями, с помощью чего создается определенная трактовка современности.

Материал, отбираемый для издания «Родина», не имеет привязки к актуальным событиям. Закономерностью является наличие материала о Великой Отечественной войне в каждом из номеров. Такое явление указывает на отсутствие желания манипулировать и создавать определенную повестку современности.

Анализ языковых особенностей показал, что в статьях изданий низкой ценовой категории используется разговорный стиль речи, например: «*австрийцы скребли по сусекам*», «*возня*», «*игры императора с рыцарями и иезуитами*», «*однако Наполеон не хотел кого-то там отвлекать*», «*побежденным пришлось раскошелиться*» и так далее. Такого рода языковые выражения используются для придания тексту эмоционального окраса. Это для придания эмо-

ций, а родина в основном использует только привлекательные заголовки.

В издании «Дилетант» задействован литературный язык. Помимо этого, отсутствуют научные термины, а также системность исторического анализа, что явно говорит о не научном подходе редакции к изданию. Зачастую присутствует акцент на эмоциях, оценочном характере изложения материала, а не на причинно-следственных связях, что характерно для научно- и научно-популярных изданий.

Издание «Историк» использует литературный стиль речи: некоторые статьи больше похожи на небольшие литературные произведения. Помимо этого, часто присутствует эмоциональная оценка событий, выражающаяся в описании автором деталей быта, чувств, эмоциональной составляющей, а не исторических фактов.

Анализируя издание «Родина», мы выявили, что в нем оперируют лишь фактами, вследствие чего текст полностью построен на причинно-следственных связях, а также не имеет оценок эмоционального характера. Исключением могут быть лишь реплики гостя, которые тем не менее, как правило, не содержат большого количества эмоций.

Таким образом, мы выявили тенденцию в развитии трех категорий периодических изданий исторической направленности. На основе анализа речевого воздействия мы можем сказать, что издания низкой и средней категорий чаще всего стремятся к воздействию на читателя. Можно предположить, что именно эти издания участвуют в психологическом противостоянии друг другу, в то время как лишь издание высшей категории – стремится к просвещению людей, потому как подготовлено наиболее качественно и имеет научный, следовательно, объективный, характер информации.

Библиографический список

1. ГОСТ 7.60.2020. Издания. Основные виды. Термины и определения.
2. Журнал «Историк» [Электронный ресурс] – Режим доступа: открытый. – URL: <https://историк.рф/> (Дата обращения: 24.03.2022).

3. Исторический научно-популярный журнал «Родина» [Электронный ресурс] – Режим доступа: открытый. – URL: <https://rg.ru/rodina/> (Дата обращения: 24.03.2022).

4. Современные словари русского языка и других образовательных дисциплин [Электронный ресурс] – Режим доступа: открытый. – URL: <https://www.textologia.ru/slovari/?q=408> (Дата обращения: 25.03.2022).

5. **Иссерс, О. С.** Речевое воздействие: учебное пособие / О. С. Иссерс. – 6-е изд. – М.: ФЛИНТА, 2020. – 240 с.

Николаева Анастасия Павловна – студент бакалавриата; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия. E-mail: nastena.nikolaeva.2017@bk.ru. Тел.: +79657872049.

УДК 070

Зухра Рабазановна Нурбагомедова
Санкт-Петербургский
государственный университет

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СТОРИТЕЛЛИНГА В МАТЕРИАЛАХ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ИНТЕРНЕТ-СМИ «НОЖ»

Аннотация. В исследовании рассмотрено применение сторителлинга в российском интернет-издании «Нож» как актуального на сегодняшний день способа для привлечения аудитории. Рассмотрены: история возникновения сторителлинга, его структура и применение в публикациях СМИ. Изучена теоретическая база и проанализированы три статьи за 2020–2021 гг. в журнале «Нож» с пометкой «партнерский материал». Итогом исследования стали выявленные на основе анализа особенности, характерные для онлайн-СМИ и рассмотрение сторителлинга как технологии, позволяющей продвигать контент в современном мире. Кроме того, проведенная работа показала, каким образом «Нож» привлекает и удерживает внимание аудитории.

Ключевые слова: сторителлинг, медиа, онлайн-СМИ, контент.

FEATURES OF STORYTELLING APPLICATION IN THE MATERIALS OF THE MODERN RUSSIAN INTERNET MEDIA «KNIFE»

Abstract. The study examines the use of storytelling in the Russian online publication «Knife» as an up-to-date way to attract an audience. Considered: the history of storytelling, its structure and application in media publications. The theoretical basis has been studied and three articles for 2020–2021 in the journal «Knife» marked «partner material» have been analyzed. The result of the study was the features identified on the basis of the analysis that are characteristic of online media and the consideration of storytelling as a technology that allows promoting content in the modern world. In addition, the work carried out showed how the «Knife» attracts and holds the attention of the audience.

Keywords: storytelling, media, online media, content.

В век активного развития технологий в медиа появляются новые формы подачи информации — вследствие чего, возрастает потребность в изучении их инновационных способов применения. Изменения происходят и в медиaprостранстве, в связи с этим журналисты стремятся привлечь и удержать внимание аудитории через применение наиболее эффективных методов. Для этого проводят различные исследования, проверяют посещаемость сайта, реакции на новости, количество потраченного времени на чтение текста и так далее. Одним из способов, который часто используют СМИ, является привлечение внимания через историю о чем-либо. В частности, сторителлинг применяется в рекламных публикациях с целью продать читателю эмоции, воспоминания, эмпатию, тем самым побуждая его купить товар. В современных интернет-изданиях подобные материалы отмечаются пометкой «партнерский материал».

Актуальность исследования обуславливается необходимостью изучить особенности применения сторителлинга в современных интернет-изданиях для выявления его эффективности. Сторителлинг рассмотрен на основе анализа публикаций в интернет-изда-

нии «Нож». Новизна работы заключается в том, что подобное исследование упомянутого медиа еще не проводилось.

Цель исследования — выявить особенности применения сторителлинга как актуального на сегодня способа передачи информации в интернет-издании «Нож». Для достижения этой цели автор ставит следующие задачи: а) уточнить дефиницию «сторителлинг»; б) проанализировать публикации с отметкой «партнерский материал» для выявления в них сторителлинга.

Методы исследования. Использовались: метод случайной выборки и контент-анализ публикаций за 2020–2021 гг. на онлайн-платформе издания «Нож», в которых использованы современные способы удержания аудитории.

Еще в древности люди использовали различные истории в своих выступлениях. На интуитивном уровне они понимали, что правильно построенный рассказ или история о чем-либо, заставит аудиторию прислушаться и запомнить информацию. Современные исследователи говорят об этом термине как о качественном способе рассказывания историй. Сторителлинг происходит от английского слова *storytelling*, что переводится как «рассказывание историй», «изложение истории», «сюжетная линия» и «повествование». Для удобства исследователи и специалисты разных сфер применяют дефиницию «сторителлинг». Так, Е. В. Быкова утверждает, что «сторителлинг — это речевая технология имиджеформирующего воздействия, представляющая собой передачу PR-информации в форме истории» [1, с. 346]. Более подробную трактовку понятию дает исследователь А. М. Анохина: «Сторителлинг — это метод последовательного изложения истории, создающий в итоге эффект вовлеченности, сиюминутности и причастности к описываемому событию у читателя/зрителя» [2, с. 146]. Таким образом, мы видим, что сторителлинг — это технология, которая позволяет оказывать влияние на аудиторию посредством использования истории, изначально ориентированной на эмоциональный отклик.

Основная цель авторов, использующих сторителлинг в своих текстах, выступлениях, видеороликах, — это воздействие на эмоции слушателя или читателя. Им важно получить отклик на свой

продукт, тем самым косвенно продать либо информацию, либо рекламируемый товар. В связи с этим, сторителлинг часто применяется для создания положительного имиджа организации, в частности, в PR-кампаниях. Постепенно этот способ рассказывания историй перешел в журналистику. В разных жанрах (репортажи, очерки, новости и др.) журналисты стараются рассказать о событии в форме истории, чтобы читателю было интересно. «Потребители все меньше верят «глянцу» и не хотят видеть идеальную картинку. В первую очередь они хотят узнавать себя. На данный момент актуальны следующие мировые тренды – минимализм, детокс от гаджетов, осознанность, психологический комфорт. Те компании, которые будут их придерживаться, достигнут большего успеха в сравнении с конкурентами» [3, с. 14]. Журналисты учитывают это и при написании рекламных материалов, которые они публикуют в изданиях с пометкой «партнерский материал», что и будет рассмотрено в данном исследовании.

Сторителлинг позволяет журналистам быть искренними, живыми, делиться личным опытом, и тем самым вызвать большее доверие у аудитории, поэтому он часто применяется СМИ в рекламных целях. Этим и занимаются авторы исследуемого нами интеллектуального журнала «Нож». Издание рекламирует разные продукты, используя интерактив, тесты, личные истории, опыт. Есть и персонифицированность текста, которая вызывает большее доверие у аудитории. «Исследователи называют персонификацию информации психологическим феноменом, используемым СМИ для воздействия на аудиторию, и связывают ее с понятиями личного (аудитория воспринимает не только информацию, но и облик человека) и личностного воздействия (знание о человеке как личности формирует доверие/недоверие к информации)» [4, с. 91]. Персонификация свойственна текстам, публикуемым в «Ноже». Так, в материале «Говорит и показывает: актеры, логопед и чрево-вещательница – о том, как найти свой голос, улучшить дикцию и заработать на красноречии» [5] журналист строит текст на основе историй от разных специалистов, используя при этом их имя и фамилию, должность и фотографии. Один из героев текста начинает

свою историю так: «Вот ситуация: ты едешь в маршрутке, и вдруг, когда тебе нужно сказать: «Остановите, пожалуйста», голос как-то дико меняется и звучит неестественно». Такой текст определенно вызовет эмоции, ассоциации, воспоминания. Благодаря этому создается ощущение «своего» человека. Кроме того, этому материалу свойственна современная подача информации: разделенность историй на карточки, соблюдение абзаца, шрифтов и разделенность текста фотографиями. Подобная организация материала эффективна, так как доставляет комфорт при чтении.

Персонифицированность как часть сторителлинга применена также в статье «Без мела, указки и с любовью. Как меняется школа в XXI веке» [6]. Цель статьи – прорекламировать инновационную школу. Журналист дает возможность рассказать об этой школе самим учителям, которые знакомы с работой учреждения изнутри. Педагоги приводят в пример ситуации из их практики, тем самым показывают, что они учитывают актуальные на сегодня проблемы в обучении. Фраза «Наша задача – не просто обучение, а целостное развитие потенциала ребенка», сказанная самим учителем, вызывает большее доверие, чем если бы это написал журналист. Истории от учителей побуждают к тому, чтобы родители отдали ребенка в эту школу, так как там «образование будущего» и «хорошее отношение к ученикам». Использование повествования (сторителлинга) от имени причастных лиц помогло журналисту повысить качество материала, то есть доверие к нему.

Более ярко сторителлинг выражен в партнерском материале «Книга дня: «Подлинная жизнь Лолиты» – история 11-летней Салли Хорнер, похищенной серийным педофилом» [7]. После краткого описания аудиокниги следует история о девушке, которую похитили и начинается она так: «Салли Хорнер в 1948 году похитил 50-летний механик...». Краткий рассказ об этой ситуации вызывает интерес читателя и способствует возникновению желания узнать подробности. Воздействие на эмоциональную сторону читателя происходит также через комментарий автора, которая озвучивает эту аудиокнигу: «Я физически просто не могла читать, как безумный преступник безнаказанно возит по Америке маленькую, изнасилованную им девочку».

В результате исследования мы выявили особенности применения сторителлинга в текстах «Ножа», а именно: воздействие на эмоции читателя, персонифицированность, использование интерактива, включение в текст историй от имени героев. Благодаря этому тексты издания интересные, «живые», способные удерживать внимание аудитории. На основе данных исследования можно заключить, что сторителлинг является эффективным способом для передачи информации в онлайн-издании «Нож».

Библиографический список

1. Медиалингвистика в терминах и понятиях [Электронный ресурс]: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой; редколл.: В. В. Васильева, Ю. М. Коняева, А. А. Малышев, Т. Ю. Редькина. М.: ФЛИНТА, 2018. – 438 с.
2. **Анюхина А. М.** Феномен мультимедийного лонгрида и digital storytelling в сетевых медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 2. – С. 146–150.
3. **Соловьева Д. В., Васильева А. А.** Естественный сторителлинг как инструмент реализации стратегии бренд коммуникаций на основе концепции атмосферного маркетинга // Практический маркетинг. – 2021. – № 5. – С. 14–21.
4. **Зверева Е. А.** Персонификация информации в формате сторителлинга на информационно-новостном портале региональных СМИ Тамбовской области «топ 68» // Филологические науки. – 2020. – № 3. – С. 91–96.
5. Говорит и показывает: актеры, логопед и чревовещательница – о том, как найти свой голос, улучшить дикцию и заработать на красноречии // Нож URL: <https://knife.media/voice-professionals/> (дата обращения: 12.03.2022).
6. Без мела, указки и с любовью. Как меняется школа в XXI веке // Нож URL: <https://knife.media/ge-evolution/> (дата обращения: 15.03.2022).
7. Книга дня: «Подлинная жизнь Лолиты» – история 11-летней Салли Хорнер, похищенной серийным педофилом // Нож URL: <https://knife.media/bookmate/> (дата обращения: 16.03.2022).

Нурбагомедова Зухра Рабазановна – магистрант, кафедра «Цифровые медиакоммуникации», Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: zukhra.rabazanovna@mail.ru. Тел.: 8(906) 449-99-48.

УДК 655:82

Елена Сергеевна Осадчая
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РАССКАЗА А. П. ЧЕХОВА «ШУТОЧКА» (РЕДАКТОРСКИЕ АСПЕКТЫ)

Аннотация. В статье проводится лингвистический анализ рассказа А. П. Чехова «Шуточка» и анализ издательских решений при отражении рассматриваемых категорий на различных этапах подготовки издания. Рассказ А. П. Чехова часто издается, однако у современных изданий наблюдается тяготение к «минимализму» в оформлении, что влияет на малое отражение имплицитно выраженных тем. Целью исследования является выявление имплицитно выраженных смыслов, что повлияет на практическую издательскую деятельность. Сделанные выводы обращают внимание редакторов на аспекты, которые важно отразить в издании, чтобы сохранить задумку и идею А. П. Чехова. Отражение выявленных нами имплицитно выраженных тем при подготовке издания сделает его более полным и качественным.

Ключевые слова: лингвистический анализ, этапы разработки издания, имплицитно выраженная тема, редактор.

Elena S. Osadchaya
Peter the Great St. Petersburg
olytechnic University

LINGUISTIC ANALYSIS OF THE STORY «JOKE» BY A.P. CHEKHOV

Abstract. The article describes the linguistic analysis of the story «Joke» by A. P. Chekhov, whose publications are now becoming minimalistic. The article also contains the analysis of publishing decisions with reflecting the categories under consideration at various stages of the development of the publication. The purpose of the research is to identify implicitly hidden meanings, which will have an impact on practice. The conclusions pay editors' attention on the aspects that

are important to reflect in the publication in order to preserve the idea of A.P. Chekhov and to make the publication quality higher.

Keywords: linguistic analysis, stages of the development of the publication, hidden meanings, editor.

Рассказ «Шуточка», как и все произведения А. П. Чехова, содержит в себе важные имплицитно выраженные темы и часто издается. Большинство современных изданий произведений А. П. Чехова издается без учета и отражения в самом издании имплицитно выраженных тем, что влияет на восприятие и понимание текста читателем и является проблемой. Проведенное нами исследование даст редакторам возможность отразить глубинные идеи, замысел А. П. Чехова на различных этапах подготовки издания. Для достижения данной цели был проведен лингвистический анализ рассказа, то есть были проанализированы художественные пространство, время, номинации, речесубъектная, парадигматическая и синтагматическая организации текста; в тексте рассказа выделены относящиеся к каждому компоненту анализа маркеры, то есть нами были изучены языковые средства «разных уровней в системе художественного текста с функционально-эстетической точки зрения, с точки зрения их соответствия авторскому замыслу и индивидуальной манере письма автора» [1]. Кроме того, нами был проведен анализ пяти изданий на предмет представления и выявления степени присутствия данных категорий на различных этапах их разработки (разработка концепции издания, работа с текстом, аппаратом издания, внешнее и внутреннее оформление), а также мы проанализировали то, какие издательские решения принимаются для отражения имплицитно выраженных тем рассказа при подготовке изданий. Так, мы рассмотрели следующие издания: «Малое собрание сочинений», «Рассказы и повести», «Чехов жив. Сборник рассказов», «Шуточка», «Шуточка. Рассказы». Благодаря проведенному анализу мы выявили не только имплицитно выраженные темы рассказа, но и то, как они проявляются на примере конкретных изданий. Полученные сведения и сделанные выводы могут быть использованы для эффективной работы с публика-

цией рассказа, так как раскрытие выявленных нами имплицитно выраженных тем при подготовке издания позволит сделать его качественнее и полноценнее. Ранее подобные исследования не проводились.

Пространство, особенно пространство ледяной горы, показывает нестабильный фундамент, на котором строятся отношения героев: весной пространство ледяной горы, с которой герои скачивались вместе, исчезает, что символизирует собой исчезновение того, что связывало Наденьку и главного героя, а значит, можно говорить о том, что оно символизирует завершение их отношений в целом. Их общение является недолгим и длится всего один сезон, исчезая весной, как и ледяная гора [2].

В данном произведении маркеры времени позволяют проследить, как герои изменились и как на их жизни повлияла описываемая зима. Временная организация имплицитно отражает отношения главных героев: когда их отношения развивались, был день, но в момент их последней встречи уже наступили сумерки. Вместе с заканчивающимся днем подошел конец и отношениям между героями. Следует отметить, что главный герой, от лица которого и ведется повествование, оценивает события, и последняя фраза рассказа – «А мне теперь, когда я стал старше, уже непонятно, зачем я говорил те слова, для чего шутил...» – позволяет понять, что теперь он бы не повторил своих поступков, что также является показателем его развития [3, 4].

Рассказ написан от первого лица, следует отметить, что ни разу за весь рассказ не было сказано ни имя героя, ни его фамилия. Номинации, их динамика и вариации обращения отражают истинное отношение героев друг к другу. Особенно ярко это проявляется в номинации «бедная Наденька»/ «бедная девочка», которую использует главный герой, когда видит девушку в уязвимом состоянии, в котором она не скрывает своих истинных чувств. В этом обращении, на наш взгляд, присутствует оттенок превосходства, что ярко видно не только в эпитете, выбранном главным героем, но и в самом обращении «девочка». Уменьшение количества использования местоимения «мы», объединяющего Наденьку и главного

героя, к концу рассказа демонстрирует развитие отношений между ними, а именно то, что все, что их связывает спустя много лет — лишь общее воспоминание.

Речесубъектная организация текста позволяет дать характеристику главным героям: Наденька робеет, однако в моменты, когда она испытывает яркие чувства, девушка предстает как эмоциональная личность, желающая понравиться главному герою [5]. Тот, в свою очередь, говорит экспрессивно, в его речи чувствует превосходство, а благодаря анализу мы выявили, что он склонен к манипуляциям. Страх Наденьки съехать с высокой горы он называет малодушием, настойчиво уговаривая поступить по-своему, что свидетельствует о том, что его не волнуют чувства героини, как и она сама. Несобственно прямая речь также играет важную роль в раскрытии персонажей, однако она скорее характеризует главного героя, ведь мы смотрим на события его глазами. Несобственно прямая речь позволяет отследить развитие главного героя, и под конец перед нами предстает уже не юнец, играющий чувствами девушки, а взрослый мужчина, не понимающий, как мог так жестоко подшутить.

Парадигматическая организация текста позволяет охарактеризовать героев и имплицитно отразить развитие их отношений, а также она используется для ритмизации текста. Тематические поля отражают развитие отношений между героями (когда их отношения развиваются, то действие происходит на динамическом поле горы, а когда их отношениям подходит конец — во дворе дома, тематическое поле которого статично). Лексические повторы характеризуют главных героев, особенно Наденьку, отражая ее характер и показывая, что на самом деле она сильная, решительная личность, которая способна преодолеть свой страх, а не робкая девушка, не смеющая даже взглянуть главному герою в глаза.

В данном произведении синтагматическая организация текста позволяет отразить отношение героев к происходящим событиям и охарактеризовать их эмоции. Так, по анализу тропов можно сделать вывод, что главный герой равнодушен к Наденьке («мой голос, равнодушный и бесстрастный»). Охарактеризовать девушку

по тем тропам, которые ее описывают, проблематично, так как повествование ведется от лица главного героя, а значит, он приписывает героине эмоции, которые либо испытывает сам, либо которых ждет от Наденьки. Синтагматическая организация текста дает возможность имплицитно отразить различия между главными героями, показать, как может различаться отношение к одному и тому же предмету или действию (будь то ледяная гора или признание в любви) у разных людей.

Художественное пространство почти не отражается на различных этапах разработки рассмотренных нами изданий. Исключениями можно считать этап работы с текстом, к которому относится редактирование рассказа, а также внутреннее оформление, а именно иллюстрации, содержащиеся в двух изданиях: «Чехов жив. Сборник рассказов» (2016 год, АСТ) и «Рассказы и повести» (2021 год, Детская литература). В обоих изданиях на иллюстрациях представлены главный герой и Наденька, скатывающиеся с ледяной горы. Это, на наш взгляд, не отражает главной идеи, вложенной А. П. Чеховым в рассказ, и служит лишь вспомогательным материалом, не несущим значительной смысловой нагрузки. Художественное время, номинативная, речесубъектная, парадигматическая и синтагматическая организации текста отражаются только на этапах разработки концепции издания и работы с текстом.

Благодаря проведенному лингвистическому анализу мы можем выделить имплицитно выраженную тему рассказа А. П. Чехова «Шуточка»: безответственное отношение к своим словам и чувствам, которые эти слова вызывают у других людей. Анализ также позволяет сделать вывод о том, как у разных людей может кардинально отличаться отношение к одним и тем же вещам, будь то, например, ледяная гора или такое сильное и важное чувство, как любовь. Наденька относится к признанию главного героя серьезно, она готова работать ради их отношений, преодолевать свои страхи, тогда как для героя это все шуточки. Из этого можно сделать вывод, что людям, настолько сильно отличающимся по взглядам на основополагающие вопросы и составляющие человеческой жизни, зачастую невозможно построить крепких, счастли-

вых отношений. К сожалению, на основе анализа изданий можно говорить о том, что данные темы не отражаются при подготовке публикаций. Проведенный нами анализ и сделанные выводы позволят редакторам более тщательно подходить к проблеме публикации данного произведения А. П. Чехова, используя, например, внутреннее оформление не просто как способ «украшения» текста, а в качестве вспомогательного элемента для раскрытия главной мысли, которую А. П. Чехов вкладывал в свое произведение (так, благодаря проведенному анализу, например, художественного времени и сделанным выводам редакторы обладают возможностью продемонстрировать имплицитно выраженную тему при помощи двух иллюстраций: на первой изобразить начало отношений главных героев и ярко светящее солнце, а на второй — их последнюю встречу и сумерки).

Библиографический список

1. **Жеребило Т. В.** Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е, испр. и доп. — Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. — 486 с.
2. **Лихачев Д. С.** Внутренний мир художественного произведения // Вопросы литературы. — 1968. — С. 74–87.
3. **Темирбулатова А. Б.** Художественное время и пространство: их значение и функции // Вестник КазГУ. Серия филологическая. — 2001. — С. 60–67.
4. **Бахтин М. М.** Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике // Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. — М.: Худ. лит., 1975. — С. 234–407.
5. **Боднарук Е. В.** Способы передачи внутренней речи персонажей в художественном произведении // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — 2010. — С. 71–76.

Осадчая Елена Сергеевна — бакалавр, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Гуманитарный институт, «Издательское дело», Санкт-Петербург, Россия. E-mail: miss-helen9@yandex.ru. Тел.: 8 (921) 797-29-60.

УДК 655:39

Сания Сабитова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОТРАЖЕНИЕ КАТЕГОРИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА В ИЛЛЮСТРАЦИЯХ К СКАЗКЕ «ВАСИЛИСА ПРЕКРАСНАЯ» (РЕДАКТОРСКИЕ АСПЕКТЫ)

Аннотация. Данная статья посвящена вопросу соответствия содержания текста книжного издания и прилагающихся к нему иллюстраций. Поскольку в настоящее время в книжной области деятельности в избытке встречаются иллюстрированные издания, в том числе детские, актуален вопрос выявления имплицитной тематики, содержащейся как в текстах художественных произведений, так и в книжных иллюстрациях. Проведение лингвистического анализа категории художественного пространства в тексте произведения и дальнейшее установление параллелей между имплицитными темами текста и его иллюстраций, призванных наглядно продемонстрировать перипетии сюжета, способствует более глубокому пониманию смысла, заложенного не только в текст издания, но и в иллюстративный материал, сопровождающий его.

Ключевые слова: книгоиздательское дело, литература, книжные иллюстрации, фольклор.

Saniya Sabitova
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

THE ARTISTIC SPACE REFLECTION IN 'VASILISA THE BEAUTIFUL' ILLUSTRATIONS (EDITOR'S PERSPECTIVE)

Abstract. The article is dedicated to research connection of the meaning of the literary text and the message, which its illustrations contain. The relevance of the study consists in the fact, that there is a plethora of illustrated books nowadays. These books conclude some implicit themes both in the text and

in accompanying illustrated materials. Linguistical analysis of the artistic space is intended to establish necessary parallels among the implicit themes of the literary text and of book illustrations. Such kind of research contributes to in-depth comprehension of the genuine message of the illustrations and the text.

Keywords: folklore, book illustrations, publishing, literature.

В современном издательском деле часто иллюстрациям уделяется большое значение. Как правило, иллюстрированные издания художественной литературы рассчитаны на детскую читательскую аудиторию или на людей, заинтересованных в подарочных изданиях — назначение иллюстраций в определенных изданиях будет зависеть от того, на какого читателя ориентирован текст, к которому они прилагаются. На первый взгляд, многие иллюстрации к сказкам изображают лишь конкретное событие, действие или место (пространство), однако можно предположить, что имплицитные смыслы текста находят свое отражение в имплицитных смыслах сопровождающих его иллюстраций. «Коллективные представления, ментальности, свойственные носителям культуры, не могут не проявляться в текстах, ими создаваемых, причем в текстах самых разных, вне зависимости от их прагматики» [1]. Чтобы установить взаимосвязь между художественным пространством в сказках и его проявлением в иллюстрациях к ним, была рассмотрена русская народная сказка «Василиса Прекрасная».

Прежде всего была рассмотрена категория художественного пространства в сказке. В ходе работы при помощи контекстологического, семантико-стилистического и мотивного методов был проведен анализ художественного пространства, позволивший выявить некоторые имплицитные смыслы сказки. Поскольку фольклорная сказка — отражение верований и традиций целого народа, то есть достаточно большого количества людей, имплицитно выраженные смыслы в «Василисе Прекрасной» встречаются в избытке. Так, для начала были выделены, а затем объединены по смыслу в группы пространственные маркеры: царское пространство, пространство села, пространство дома, где живет Василиса, подпространство Василисы, пространство города, пространство

территории Бабы-яги и подпространство избы Бабы-яги. Благодаря данному этапу работы мы смогли разделить все повествование, чтобы определить, какие части являются наиболее значимыми для сюжета и для понимания той задумки, которая, возможно, вкладывалась в сказку.

Маркеры села дают читателю представление о месте отправной точки жизненного пути главной героини — селе. Пространство дома Василисы — единственное пространство, которое проходит сквозь весь сюжет, поскольку главная героиня «тянет» его за собой; им была определена не конкретная локация, а то место, где на момент повествования живет Василиса. Она же и является центром этого пространства: где бы Василиса ни жила, все в пределах этой локации стремится ей во благо: в доме отца она получила куколку, способствовавшую ее выживанию, в доме мачехи Василиса избавилась от основного антигероя сказки, а благодаря пребыванию в доме старушки перебралась в пространство царя, получив при этом безопасность и власть.

Подпространство Василисы, в основном, существует за счет ее взаимодействия с куколкой, которую героиня, по указу матери, всегда должна была держать у себя. Когда Василиса пребывала в одном доме с основным антигероем, единственным источником ее спасения была куколка, названная впоследствии «благословением матери», а Баба-яга, узнав, что имеет дело с «благословенной дочкой», погнала Василису прочь. Куколка, воплотившая последнюю волю матери Василисы, стала фундаментом как подпространства (без ее участия Василиса умерла бы еще до того, как мачеха послала ее к Бабе-яге) Василисы, так и пространства дома Василисы (все те места, где жила Василиса, а с нею и куколка, после их ухода остались пустовать — и отцовский дом, и мачехин, и старухино жилье).

Пространство территории Бабы-яги, как и подпространство избы Бабы-яги, по наличию имплицитно выраженных смыслов может превзойти все вышеперечисленное. Согласно «Историческим корням волшебной сказки», избу Бабы-яги можно воспринимать как проход в царство мертвых, а саму ее — как проводника.

«Очевидно, избушка стоит на какой-то такой видимой или невидимой грани, через которую Иван никак не может перешагнуть. Попасть на эту грань можно только через, сквозь избушку...» [2, с. 182]. Теория достаточно хорошо соотносится с выделенными нами маркерами. Территорию Бабы-яги описывают в тексте следующим образом: «...забор вокруг избы из человеческих костей, на заборе торчат черепа людские с глазами; вместо дверей у ворот — ноги человеечьи, вместо запоров — руки, вместо замка — рот с острыми зубами» [3, с. 56]. Пространство города и царское пространство тесно связаны между собой: в сравнении с предыдущими они обладают меньшими имплицитно выраженными смыслами.

Рассмотрев имплицитные смыслы в тексте, мы проанализировали художественное пространство в иллюстрациях к «Василисе Прекрасной». В качестве материала для анализа иллюстраций были выбраны работы трех художников, чьи стили рисования и культуры отличаются друг от друга.

Наиболее известный иллюстратор русских сказок — Иван Билибин, русский художник XIX—XX вв.: его иллюстрации преимущественно касаются пространства территории Бабы-яги. Билибин изобразил трех всадников, Бабу-ягу в ступе и Василису на фоне избушки на курьих ножках. Примечательно, что о том, как выглядит изба, в «Василисе Прекрасной» не говорилось. Зато ее описание, включающее курьи ножки, содержалось в сказке «Царевна-лягушка»: «Долго ли, коротко ли — прикатился клубочек в лес, к избушке. Стоит та избушка на курьих ножках, кругом себя поворачивается» [4, с. 154]. Художник проводит параллель между русскими сказками, где упоминаются схожие персонажи, в частности Баба-яга. Пусть главным антагонистом и мучителем Василисы была не она, Билибин считал ее роль кульминационной. Баба-яга — потенциальный посредник между миром живых и миром мертвых — дала Василисе череп, избавивший ее от мачехи (что запечатлено на одной из иллюстраций). Заключительная иллюстрация Билибина к сказке демонстрирует отрывок, где Василису представляют царю, к чему героиня не пришла бы без вмешательства яги. Художник подчеркнул, что только пройдя владения яги, главная героиня

сумела обрести закономерный счастливый конец. Александр Кошкин — современный русский художник. Его представление о «Василисе Прекрасной» отличается от Билибина. Кошкин иллюстрирует все ключевые события сюжета, начиная с первой встречи Василисы с мачехой. Также он изобразил подпространство Василисы: рядом с ней периодически мелькает куколка. Пространство Бабы-яги и у Кошкина отражено в достаточно большом количестве иллюстраций. Тот факт, что именно яга вызывает настолько пристальный интерес у художников, может быть обусловлен большим количеством сказок, в которых затрагивается ее пространство. Должно быть, для людей, принимавших участие в создании этих сказок, темное, таинственное пространство яги было крайне значимо. Афанасьев писал: «Противоположность света и тьмы, тепла и холода, весенней жизни и зимнего омертвения — вот что особенно должно было поразить наблюдающий ум человека» [5]. Кинуко Крафт — американская художница, и в ее иллюстрациях имплицитные смыслы выражены иначе. Если Василиса Кошкина всегда хмурилась, находясь в одном пространстве с мачехой, а ее сестры выглядели надменно, подчеркивая негативные впечатления, которые они вызывают в тексте, то у Крафт мачеха и сестры выглядят дружелюбно настроенными к Василисе. Баба-яга Билибина — обычная старушка, с не столько злым, сколько обиженным выражением лица. У Крафт же образ яги кардинально отличается. На одной из иллюстраций Баба-яга сидит за столом, полным еды, и, улыбаясь, смотрит перед собой, предположительно, на Василису. В сказке яга почти не кормила Василису, хотя еды на ее столе хватило бы на десять человек: «Василисе оставила только щец немножко, краюшку хлеба да кусочек поросятины» [3, с. 58]. При этом в «Марье Моревне» она сама покормила Ивана: «Иван-царевич согласился, Баба-яга его накормила-напоила и велела за дело приниматься» [3, с. 47]. Согласно Проппу, поесть в пределах пространства Бабы-яги — значит иметь возможность остаться в нем: «Эти случаи совершенно ясно показывают, что, приобщившись к еде, назначенной для мертвецов, пришелец окончательно общается к миру умерших» [2, с. 192]. То есть, Баба-яга в сказке

осознанно почти не давала Василисе еды, чтобы та могла уйти к живым.

Таким образом, изобразить Бабу-ягу выжидающей, пока Василиса поест с ее стола, значило исказить ее роль и облик в тексте. Благодаря проведенному лингвистическому анализу категории художественного пространства в сказке, мы выяснили, что имплицитно выраженные темы действительно находят свое отражение в иллюстрациях, но их реализация зависит от восприятия художника. Чтобы точнее донести до читателя заложенный в текст (в рассматриваемом случае, в сказку) посыл, художник должен особенно внимательно ознакомиться с произведением (учесть контекст, период, когда был создан текст, провести самостоятельный анализ перед иллюстрированием). В противном случае имплицитные смыслы текста и иллюстраций расходятся, оставляя противоречивые эмоции у читателя. В то же время, иллюстрации, содержащие в себе имплицитные темы текста, могут заставить читателя задуматься о деталях, которые не лежат на поверхности, и способствовать лучшему пониманию произведения.

Библиографический список

1. **Осипов В. Н.** Аксиологический анализ русских народных сказок и их воспитательный потенциал / В. Н. Осипов // Историко-культурное наследие народов Урало-Поволжья. – 2017.
2. **Пропп В. Я.** Морфология волшебной сказки. – СПб.: Азбука, 2021. – 1168 с.
3. Русские сказки. Иллюстрации Ивана Билибина. – СПб.: СЗКЭО, 2021. – 280 с.: ил.
4. Народные русские сказки. Из сборника А. Н. Афанасьева. – СПб.: Лениздат, 2013. – 320 с.
5. Мифы, поверья и суеверия славян : Поэт. воззрения славян на природу : [В 3 т.] / Александр Афанасьев; [Сост., подгот. текста и коммент. К. Королева]. – М. : ЭКСМО ; СПб. : Terra Fantastica, 2002. – Т. 1. – 794 с.

Сабитова Сания – бакалавр, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: rainbow_penguin@mail.ru.

УДК 655.55

Ксения Алексеевна Смирнова
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

АНАЛИЗ ПРАКТИКИ РЕАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ИЗДАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ РОССИЙСКИМИ ПИСАТЕЛЯМИ И ИЗДАТЕЛЯМИ

Аннотация. Исследование данной научной статьи посвящено анализу современных и перспективных технологий по продвижению издательских проектов на рынке монополистической конкуренции. В современном мире чтение книг отошло на задний план, данный вид занятия вытеснили иные формы досуга, реализуемые через телевидение и Интернет. Издатели и продавцы книжной продукции серьезно задумываются, как заинтересовать потенциального читателя, прибегают к различным вариантам реализации проекта. Эти технологии и способы реализации книжной продукции на рынке и являются предметом нашего исследования. Мы обозначили место, занимаемое книжной продукцией на рынке, раскрыли современные технологии продвижения, проанализировали конкретные пути привлечения читательской аудитории и сделали выводы о наиболее эффективных способах продвижения книжной продукции в наше время.

Ключевые слова: продвижение, издательский проект, книжная продукция, маркетинг, реклама.

Ksenia A. Smirnova
Peter the Great St. Petersburg
olytechnic University

ANALYSIS OF THE PRACTICE OF IMPLEMENTING MODERN PUBLISHING PROJECTS BY RUSSIAN WRITERS AND PUBLISHERS

Abstract. The research of this scientific article is devoted to the analysis of modern and promising technologies for the promotion of publishing projects in the market of monopolistic competition. In the modern world, reading books has faded into the background, this type of occupation has been

replaced by other forms of leisure, implemented through television and the Internet. Publishers and sellers of book products seriously think about how to interest a potential reader and resort to various implementation options. These technologies and ways of promoting book products are the subject of our research. We have identified the place occupied by book products in the market, revealed modern promotion technologies, analyzed specific ways to attract a readership and drew conclusions about the most effective ways to promote book products in our time.

Keywords: promotion, publishing project, book production, marketing, advertising.

Как и любая другая продукция на рынке монополистической конкуренции, книга нуждается в рекламе. А. Н. Матанцев определяет рекламу как «объявление о продаваемых товарах и предлагаемых услугах, наиболее способное привлечь внимание публики» [1]. Рассмотрим, как работает реклама в книгоиздательском бизнесе. «Книгоиздание — это с одной стороны, отрасль экономики, производящая книжную продукцию, а с другой — явление искусства, эстетически выражающее общественное сознание и в свою очередь формирующее его» [2] — пишет Ю. А. Сулимов. У издательств есть собственные маркетинговые отделения, и их суть заключается «в том, чтобы книга в нужном месте и в нужное время по приемлемой цене попала в руки того покупателя, которому она необходима» [3]. Выделим положительные свойства книги-товара — она «ориентирована на интересы определенной группы людей» [там же], книга доступна всем, у нее высокая длительность хранения, книгу можно использовать многократно, она компактна. Ее преимуществами оперируют маркетологи при создании рекламной кампании. Продвижение — это «использование <...> маркетинговых коммуникаций, позволяющих <...> стимулировать продажи и создавать лояльных компании (марке) покупателей» [4]. Рассмотрим категории рекламы, которые используются в книгоиздательском бизнесе.

Каждое издание предназначено для конкретной целевой аудитории, так, книга Кати Матюшкиной «Кот да Винчи. Улыбка анаконды» предназначена для старшего дошкольного и младшего

школьного возраста. Читательская аудитория каждой книги отличается, и от маркетологов требуется тщательное управление каждой отдельной кампанией. Издательские проекты нацелены на извлечение прибыли, то есть являются коммерческими проектами. В России книги распространяются на региональном и национальном уровне, встречается межрегиональный или межнациональный уровень (в странах СНГ). Продвижение осуществляется в Рунете. Писатели и издатели используют социальные сети и другие интернет-ресурсы, например, YouTube, ВКонтакте и пр. Один из возможных способов исполнения книжной рекламы — плакат с фотографией книги, то есть, статическая визуальная реклама в печатном или электронном формате. В целом реклама книги носит прямой или косвенный характер, чаще всего она персонифицирована. Распространение издательского продукта осуществляется в местах продаж. Торговые точки проявляются «по-разному <...> в разных сегментах рынка» [5]. Так, в книгоиздательстве главную роль играют специализированные магазины, например, сетевой книжный магазин «Буквоед». Отдельное внимание стоит уделить интернет-магазинам, именно они в настоящее время являются гигантами книжного рынка. Так, книжный интернет-магазин «Лабиринт» в 2018 году вошел в тройку больших книжных магазинов Российской Федерации.

Чаще всего завлечение потенциального покупателя происходит при создании доверительной атмосферы. К примеру, через организацию встречи писателей и читателей. В таком случае реклама реализуется через прямой контакт. Детская писательница Тамара Крюкова приняла участие в литературном мероприятии от 5–6 октября 2019 года, которое было организовано в рижском литературном кафе книжного магазина Polaris по адресу улица Иерикю 3, ТЦ Domina Shopping. Катя Матюшкина часто организует встречи с читателями, в ее книгах даже есть специальное место для автографов. Она ездит по всем городам России, и одно такое мероприятие было организовано в Челябинской области в универсальной научной библиотеке (ЧОУНБ). Писательница в веселой манере рассказала о своей книге, ответила на вопросы, разыграла некоторые

экземпляры. Игровая обстановка и погружение в сюжет вызвали интерес юных читателей. Часто издатели договариваются с литературными блогерами, а интернет-магазины оставляют ссылки на книжные обзоры в соответствующих разделах. Блог Читалочки создан 16 апреля 2015 года, к декабрю 2020 года он набрал 179 000 подписчиков – аудитория, готовая к восприятию рекомендаций. В выпуске «Реанимация жанра» Читалочка рассказала о книге Анаит Григорян «Поселок на реке Оредеж» и прокомментировала: писательница не только грамотно продолжает традицию деревенской прозы, но и совершенствует этот жанр. Подписчица Екатерина Арсентьева пишет: «поразительный дуэт современного и актуального и "моды" на осмысление деревни из прошлого. Я очень удивлена этой книге и рада была о ней узнать!» Случается, обзоры дают обратный эффект. Алина заключает: «До 11 минуты видео я думала "ну, сейчас досмотрю и добавлю книгу в избранное", но передумала, когда узнала, что в книге открытый финал...» Книжный блогер и его подписчики – независимые люди, за рецензии им не платят, а значит, субъективная оценка непредсказуема. Книжный обзор может как повысить, так и понизить продажи. Еще одним способом продвижения является размещение ознакомительного фрагмента в книжных интернет-магазинах и на последних страницах изданий. Например, на сайте «ЛитРес» выложен ознакомительный фрагмент произведения Фредерика Бакмана «Тревожные люди», и состоит он из целых двадцати пяти глав. Порой магазины проводят розыгрыши изданий с автографами писателей, издателя или книжного магазина. Примером может послужить «Большой розыгрыш книг с автографом от «Дома Книги», который был проведен в 2018 году. Тридцать три победителя получили книги от издательств «Капитал», «ЭКСМО», «АСТ», «Питер» и «Азбука». Проведение конкурсов и мероприятий, посвященных конкретной книге, не редкость. Так, Интернет-магазин «Лабиринт» провел конкурс «Сквозь зеркала». Призом являлась четвертая часть одноименного цикла Кристель Дабо. Условия конкурса требовали нарисовать фан-арт и выложить его у себя в социальных сетях со специальным хештегом, при помощи которого завлекалась новая

аудитория. Иногда создаются мультфильмы. Данный метод реализуется, когда произведение уже известно, но требует притока новых читателей. Например, американский мультфильм «Приключения Деспера» снят по повести детской писательницы Кейт ДиКамилло, а Катя Матюшкина сама принимает участие в создании мультфильма про кота да Винчи. Заострим на ее фигуре особое внимание.

Катя Матюшкина не боится комбинировать несколько видов деятельности. Ее книги выделяются благодаря слиянию авторских иллюстраций и авторского текста. Рисунки хочется рассматривать часами, они наполнены мелкими деталями. Все элементы издания проходят авторскую обработку. Например, в выходных данных книги «Быы смешно!», которую она пишет в соавторстве с Катей Оковитой, указано следующее: «Перевод со звериного Л. Можжевельника» – героя произведения. Сочетание текстовой и иллюстративной информации дает важные преимущества: книга интересна детям, она перечитывается много раз, ребенок хочет иметь книгу в собственной коллекции, и произведение менее эффективно при чтении электронной версии. Катя Матюшкина работает над сопутствующими изданиями: дневниками, анкетами, блокнотами и пр. Ее продукция превращается в коллекцию. У Кати Матюшкиной выпущены «Анкета Сыщиков» и «Прикольный блокнотик Кота да Винчи», наполненный веселыми афоризмами писательницы. Она работает и с аудиокнигами: издательство «АСТ» выпустило радиоспектакль по серии «Кот да Винчи». Катя Матюшкина проявляет активность в социальной сети, она на связи со своими читателями, рассказывает ВКонтакте о своей жизни. Профиль и официальная группа писательницы открыты, любой ребенок может ей написать или добавиться в друзья. Писательница размещает новые рисунки, гиды, задания и видео, делится с читателями рабочим процессом. Катя Матюшкина размещает ознакомительные главы на последних страницах предыдущих книг, например, в «Ограблении банки» расположено начало первой главы следующей книги «Нашествие лунатиков». Вдобавок Катя Матюшкина размещает свой материал и в книгах других авторов

и составителей. Например, в 2008 году в издании «Здравствуй, школа!», которое дарилось всем первоклассникам Калининского района г. СПб, последние страницы оформлены как подарок от Кати Матюшкиной. Там напечатаны первая глава произведения и различные задания. Первоклассников подарок сильно впечатлил, детская писательница стала популярной среди школьников. Катя Матюшкина сотрудничает с представителями других творческих профессией. Книга «Нашествие лунатиков» украшена иллюстрациями не только самого автора, но и Сони Каталовой.

Подводя итоги, заметим, что в наше время автору и издателю надо быть в контакте со своей читательской аудиторией и организовать интерактивы для повышения интереса к своей продукции. Таким образом, мы определили место книжной продукции на рынке, раскрыли современные технологии продвижения, рассмотрели деятельность конкретных издательств и авторов и сделали выводы о современных способах продвижения.

Библиографический список

1. **Матанцев А. Н.** Эффективность рекламы. – М: Издательство «Финпресс», 2002. – 416 с.
2. **Сулимов Ю. А.** Формирование условий повышения инвестиционной активности в неструктурированных отраслях экономики. Автореферат. кан. эк. наук– М.: 2004. – 24 с.
3. **Травкина Ж.** Книга как товар. Текст : электронный // Microclimate: [сайт]. – URL: <https://microclimate.su/knigi/sozdatel-knigi-tovar.html> (дата обращения: 23.03.2022).
4. Маркетинг: большой толковый словарь. – М.: Омега-Л. Под ред. А. П. Панкрухина. – 264 с.
5. **Толмачева И. А.** Виды торговых точек. [Электронный ресурс] (URL: <http://trademarketing.ru/content/vidy-torgovyh-tochek>).

Смирнова Ксения Алексеевна – бакалавр, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: Smirnova2.ka@edu.spbstu.ru.

УДК 658.512.2

Авелина Алексеевна Сутормина
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

ОСОБЕННОСТИ РЕДАКТОРСКОЙ ПОДГОТОВКИ ИЗДАНИЙ ПО ПИСАТЕЛЬСКОМУ МАСТЕРСТВУ

Аннотация. Статья посвящена вопросу редакторской подготовки изданий для развития навыка писательства в контексте современных тенденций издательского дела. Актуальность данного направления обоснована недостаточной изученностью сферы и, как следствие, проблемами с определением оформительских стратегий издательства. В ходе данного исследования были изучены издания по писательскому мастерству, а также подробно рассмотрены вопросы читательского адреса и целевого назначения данной группы. Проанализирована концепция редакторской подготовки, выявлены ее отличительные особенности и общие черты, а также на основе изучения различной литературы и выбранных изданий выработаны конкретные рекомендации по редакторской подготовке данного направления для упрощения книгоиздания литературы по писательскому мастерству.

Ключевые слова: текст, редакторская подготовка, издания, писательское мастерство.

Avelina A. Sutormina
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

FEATURES OF EDITORIAL PREPARATION OF PUBLICATIONS ON WRITING SKILLS

Abstract. The article reveals the issue of editorial preparation of publications for the development of writing skills in the context of modern publishing trends. The relevance of this direction is justified by insufficient knowledge of the sphere and, as a result, problems with determining the design strategies of the publishing house. In the course of this study, a number of publications on writing skills

were studied, as well as the issues of the reader's address and the purpose of this group were considered in detail. The concept of editorial preparation is analyzed, distinctive and common features are identified, and specific recommendations for editorial preparation of this direction are developed, based on the study of various literature and selected publications.

Keywords: text, editorial training, publications, writing skills.

Редакторская подготовка изданий – основной этап в создании книги. Именно правильное оформление и содержание издания играет ключевую роль в его восприятии читателем. В каждом типе изданий можно выделить определенный круг закономерностей, которого придерживаются издательства при создании книги той или иной тематики и направления. Проблема современного книгоиздания состоит в недостаточной исследованности издательских концепций и последующему неверному их применению.

Писательское мастерство – это довольно крупный сегмент в тематической литературе, особенно популярный во времена социальных сетей, которые требуют умения и навыков писательства для продвижения. Своеобразие выбранной нами литературы заключается в том, что издания данной группы невозможно определить конкретно как научно-популярную литературу. Не относятся они и к производственно-практическим изданиям. Назвать данную тему публицистикой также невозможно.

Для определения данного направления к научно-популярным изданиям в этих произведениях недостаточно научной основы. Писательство в целом нельзя определить как науку, и авторитетность автора основывается исключительно на его популярности, образованности, количестве наград и достижений в писательском искусстве.

Публицистика же отличается социальной актуальностью и определенной общественной повесткой, чем не отличается материал, нами выбранный. Ряд тем находится в центре общественного внимания, и лексика, относящаяся к этим темам, приобретает публицистическую окраску. Среди таких тем следует выделить политику, экономику, образование, здравоохранение, криминалистику, военные темы [1]. Руководства по писательскому мастер-

ству не несут в себе никакой актуальной идеи, которая волнует общество в конкретный момент.

Для производственно-практического издания книгам про писательство не хватает некоторой умозрительности. Производственно-практическое издание – это издание, основное содержание которого составляют сведения по технологии, технике, организации, экономике, материаловедению производства или других областей общественной практики, рассчитанное на специалистов различной квалификации с целью помочь им осваивать и совершенствовать производство (практику) [2]. Писательство – достаточно субъективное явление, поэтому говорить о какой-то конкретности и обязательности не приходится. Есть общие правила составления текста и его создания, но какая-то единая схема, как и в любой творческой деятельности, здесь отсутствует.

Больше всего объективных сходств данные издания имеют с учебной литературой, которая предполагает обучение или помощь в познании писательского искусства. Именно поэтому наиболее эффективными будут методы подготовки изданий по навыкам писательства как учебным. Как следствие, целевая аудитория определяется достаточно конкретно. Читательский адрес изданий по писательскому мастерству можно определить по нескольким критериям. По возрасту эти издания подойдут всем, от подростков и до читателей преклонных лет, потому что необходимость и желание писать тексты и книги возникает именно в этот период. Однако, данная классификация довольно условна – основным критерием выделения читательского адреса выступает уровень владения навыком писательства в целом. Большинство из изданий рассчитаны на начинающих авторов, не имеющих опыта в данном направлении, и только очень ограниченное количество книг могут помочь уже знающему человеку, так как пишутся более опытными авторами. В связи с тем, что уровень писательского навыка определяется количеством наград и общим уровнем признания автора, что является довольно субъективным критерием, нельзя говорить о конкретной границе, при достижении которой автор может считаться профессионалом в своем деле. По данной причине чаще

всего книги пишутся авторами для других авторов. Также, эти произведения могут быть интересны многим начинающим копирайтерам, редакторам, специалистам SMM- и PR-сферы, а также на ранних этапах овладения писательским искусством. Оформление изданий во всех аспектах основывается именно на запросах целевой аудитории [2].

На основе проанализированной выборки из самых популярных изданий книг по писательскому мастерству можно сделать общий вывод о тенденциях редакторской подготовки. Говоря об эстетической составляющей оформления, единая концепция возникла только в последние 5 лет. Ранее оформление книг по писательскому мастерству пробовало разные направления и издательские решения. В большинстве изданий прослеживается две тенденции: многоцветности и трехцветности. Сочетание трех цветов используется для контраста и привлечения внимания читателя. Чаще всего эти три цвета выбраны по одной из схем цветового круга: по контрастной, аналоговой или классической триадам, а также с использованием черного и белого с акцентным цветом [3]. Цветовые приемы в изданиях по писательству обусловлены во многом минималистичной или абстрактной концепцией. Однако основная акцентная часть приходится на текст и шрифты. На обложке используются различные шрифты, часто делаются акценты на названии или имени автора. Оглавление чаще всего выглядит стандартно — разделено части, а под ними списком расположены главы/пункты. Это самое простое и удобное решение для содержания книги. Иногда используются различные декоративные элементы или смещение текста на центр страницы. Колонтитулы же представляют собой многообразие вариаций размещения текста и колонцифры. Однако, согласно Рябининой, наиболее удобным размещением колонтитулов считается верхняя его полоса, которая наблюдается в большинстве изданий [4]. Присутствует обилие декоративных элементов во многих изданиях: как мелких иллюстраций, так и графики. В большинстве изданий главы и части выделяются отступами, поэтому данный способ кажется наиболее уместным и удачным с оформительской точки зрения. Отдельное

внимание стоит уделить шрифтовому и кеглевому оформлению. На заголовки стандартно акцентируют внимание большим кеглем, нежели основной текст. Сноски оформляются маленьким кеглем. Шрифты же — самая важная часть редакторской подготовки после редактуры самого текста. Классические шрифты, используемые в большинстве изданий, действительно во многом превосходят какие-то новаторские редакторские решения [5]. Часто нестандартные шрифты неудобны для чтения, поэтому в редакторской подготовке большинства книг используются шрифты Times и других общепринятые варианты. Художественный, изобразительный шрифт имеет место быть в заголовках, если он удачно сочетается с основным и подходит под общую концепцию издания. Основная функция иллюстраций в изданиях по писательскому мастерству — эстетическая. Редактирование иллюстрации следует начинать с оценки необходимости ее помещения в издание

На основе изучения различной литературы и выбранных изданий выработаны следующие рекомендации по редакторской подготовке данной группы:

1. Цветовая гамма должна быть умеренной, стоит избегать большого количества деталей на обложке. Один из путей оформления обложки — правильное расставление акцентов.
2. Рекомендуются к использованию классические шрифты, а также выделение необходимых частей текста полужирным начертанием и курсивом.
3. Допустимы небольшие иллюстрации и схемы при необходимости.
4. Оглавление, в силу учебного направления изданий должно быть корректным и полным.

Таким образом, мы рассмотрели основные содержательные особенности и потенциальные трудности в редактуре и оформлении изданий по писательскому мастерству и сформулировали основные рекомендации по редакторской подготовке данного типа изданий. Реализация рекомендаций позволит эффективно распространять издания и привлекать большее количество читателей.

Библиографический список

1. Редакторская подготовка изданий [Текст] : учебник для вузов / С. Г. Антонова, В. И. Васильев, И. А. Жарков [и др.] под общ. ред. С. Г. Антоновой. – М. : Изд-во МГУП, 2002. – 468 с.
2. Издательский словарь-справочник. – М.: ОЛМА-Пресс. Мильчин А. Э. 2003. – 558 с.
3. Теория цвета: 6 правил, которые улучшат ваши дизайны [электронный ресурс] / Canva URL: https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/teoriya-cveta-6-glavnykh-pravil/ (дата обращения: 16.02.2022).
4. Технология редакционно-издательского процесса: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Книжное дело» и специальности «Издательское дело и редактирование» / Рябина Н. З. – М.: Логос, 2008. – 253 с.
5. Чихольд Я. «Облик книги» – М.: «Студия Артемия Лебедева», 2018. 228 с.

Сутормина Авелина Алексеевна – бакалавр, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: oncelinauthor@gmail.com.

УДК 655

Дина Сергеевна Худобенко

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

АНАЛИЗ СОВЕТСКОЙ ПЕРИОДИКИ НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «РАБОТНИЦА»

Аннотация. Статья посвящена изучению советской периодической печати, анализу отличительных черт, поиску сходств и различий изданий разных лет. Рассмотрены тенденции оформления журнальной продукции и редакторская деятельность. Женская советская периодика, в частности, играет важную роль в комплексном анализе издательской индустрии эпохи. Сообщество советских тружениц нуждалось в коммуникации между собой, новой информации и обмене нажитым опытом. Одним из мест,

где они могли удовлетворять данные потребности, стал журнал «Работница» под редакцией В. Е. Вавилиной. Литературно-художественный и общественно-политический журнал «Работница» был наиболее растражирован среди женской прессы и не прекратил свое существование даже в суровые годы войны.

Ключевые слова: женский журнал, чтение, советские работницы, досуговая литература.

Dina S. Khudobenko
Peter the Great St. Petersburg
Polytechnic University

SOVIET PERIODICAL PUBLICATIONS ANALYSIS AS EXEMPLIFIED BY «WORKWOMAN» MAGAZINE

Abstract. The article reveals soviet periodical publication studies, searching its features, similarities and differences. Typography tendencies and editor's work are esteemed. Female soviet periodical publications in particular have a huge meaning in complex publishing industry analysis of a certain era. Soviet female toilers' community needed some ways of a communication, getting new information and sharing their personal experience. «Workwoman» magazine became one of the places where they could meet their requirements. Literary and art, socio-political magazine was popular among female press and didn't stop existing during tough war times.

Keywords: female magazine, reading, soviet toilers, leisure literature.

Все газеты и журналы советского периода имеют свою историю, складывающуюся из судеб редакторов, журналистов, корректоров. В первые годы советской власти была отмечена положительная динамика развития периодической печати, в годы Великой отечественной войны преобладала военная периодика и тематика публикаций, а в последние годы советской власти самым актуальным явлением был журнальный самиздат.

«Самиздат – это специфический способ бытования общественно значимых неподцензурных текстов, состоящий в том, что их тиражирование происходит вне авторского контроля, в процессе их распространения в читательской среде» [1, с. 17] При самиздате

происходит стихийное распространение, автор может только «запустить» текст, а дальнейшая судьба произведения не в его власти. При этом одно и то же издание может принадлежать домашней, кружковой и самиздатской литературе, но потом перейти из неподцензурной в «официальную» литературу [1, с. 17].

Чаще всего первым самиздатским журналом называют «Синтаксис» А. Гинзбурга, вышедший в 1960 году, также ученые упоминают рукописный журнал «Всходы», который выпускался на филологическом факультете УрГУ в 1956 году. Однако Л. Алексеева отмечает, что журналы самиздата в 60-х годах редко выходили из круга знакомых автора и не выпускались после второго-третьего выпуска [2, с. 180].

Судьба региональных журналов складывалась следующим образом: в связи со смягчением политического климата в стране в 1957 году был создан российский Союз писателей и на свет появилось много новых журналов. Столичная критика редко обращала внимание на региональные издания, быстро сложился определенный стереотип восприятия подобной периодики — критики относились к региональным коллегам свысока или даже с презрением. Цензура в российской провинции была более консервативной, но несмотря на это периодически выпускались вещи, отвергнутые по идеологическим соображениям в столице [3, с. 92]. Региональные журналы, в отличие от больших столичных, — уникальны, на их страницах имели возможность продемонстрировать свои таланты и художники, и музыканты, и ученые, и юмористы, и спортсмены, и детские писатели. Обилием разнородных материалов региональные журналы напоминали толстые журналы прошлого века с их установкой на просветительскую деятельность во всех сферах знаний [3, с. 94–95].

Важные газеты на книжном рынке СССР 1960–1970-х годов:

1. Советская Россия. Ежедневная газета ЦК КПСС, освещала жизнь областей, краев и автономных республик РСФСР. Основные задачи газеты — демонстрация развития культуры и экономики, научно-технического прогресса, выполнение перспективных и текущих планов.

2. Книжное обозрение. Ежедневная газета Комитета по печати при Совете Министров СССР. Основным является справочно-библиографический отдел «Книги недели», в котором дается полный указатель всех новых книг, выпущенных советскими издательствами на русском и других языках объемом не менее одного печатного листа и тиражом не менее тысячи экземпляров.

3. Социалистическая индустрия. Ежедневная массовая общественно-политическая газета ЦК КПСС. Рассчитана на рабочих, инженерно-технических и научных работников промышленного производства и строительства. Основные задачи — освещение деятельности коллективов, предприятий и строек, хозяйственных, партийных, комсомольских и профсоюзных организаций по использованию резервов производства и досрочному выполнению государственных планов по осуществлению хозяйственной реформы, повышению уровня организации и производительности труда всех звеньях социалистической индустрии [4, с. 55–58].

В 1990-е годы интерес к печатным изданиям и «толстым журналам» в частности резко упал, в результате чего их число заметно сократилось. Рейтблат и Дугин утверждают, что для этого периода была характерна фрагментация литературной системы, которая ярче всего проявилась в спаде тиражей журналов, что означало разрыв устойчивых коммуникативных связей авторов с аудиторией. Между писателями и читателями образовались культурные и социальные барьеры, изменилось место групп в обществе и моральные ценности [4, с. 53–54].

Что касается двойственности положения советской женщины, при котором она должна была быть и работницей, и общественницей, и матерью, и женой, — данная тематика нашла свое отражение на страницах журнала «Работница» [5, с. 97].

Согласно классификации Антоновой, журнал «Работница» можно отнести к массовому, общественно-политическому журналу. Жанр изданий — информационный, так как целью редактора здесь является сообщить о факте, событии или явлении. Информационный жанр предполагает злободневность, оперативность, наличие актуального события, важного для жизни общества [6, с. 301–343].

К 60-м годам журнал «Работница» стал миллионником, в нем освещалась не только информация с «женским» уклоном, но и общественно-политические передовицы, репортажи, постановления. Журнал был ориентирован на работниц и был призван отражать проблемы рабочего класса [7, с. 92].

Редакция журнала предоставляла женщинам необходимые сведения о ситуации в стране, за рубежом, также на страницах можно было найти развлекательный материал. Репрезентация женского образа рабочей специальности осуществлялась через рассказ о жизни женщины в разных социальных ситуациях. В силу специфики исторического контекста не все социальные роли были распределены в судьбе женщины равномерно. Например, работа занимала большую часть времени, в меньшей степени советскую труженицу показывали хозяйкой и женой [5, с. 98].

Редакторская деятельность журнала «Работница» заключалась в том, чтобы показать общественности настоящую жизнь женщин-тружениц. Благодаря журналу советские работницы имели возможность рассказать свою историю, спросить совета и быть в курсе текущих событий в стране. Тираж журнала во главе с главным редактором В. Е. Вавилиной рос с каждым годом, это значит, что с течением времени журнал не терял свою популярность, а становился все более нужным и актуальным для читателей.

Содержание выпусков на протяжении 60-х–80-х годов кардинально не менялось — где-то делался упор на поэзию и художественные рассказы, где-то публиковалось больше публицистических очерков и разделов о жизни советских женщин. Оформление с каждым годом становилось все более разнообразным, росло количество иллюстраций и количество страниц в целом.

Для экономики страны в советское время было выгодно, чтобы женщина трудилась на всех без исключения участках народного хозяйства. Но в то же время государство не могло исходить только из экономических изображений, для женщин были приняты меры по облегчению труда, предоставлены льготы беременным труженицам и т. д. Редакторы журнала «Работница» транслировали в выпусках инициативы советских идеологов, грамотно расставляли

акценты и подчеркивали заслуги партийных верхов в деле охраны женского здоровья [5, с. 95].

В ходе анализа выпусков советского журнала «Работница» было выяснено, что с каждым годом материал становился все более популярным и актуальным. Специалисты, работающие над изданиями, ответственно подходили к отбору информации и взаимодействовали с аудиторией с помощью раздела вопросов от читателей. Журнал «Работница» выполнял одновременно и досуговую и информационную функцию, а также являлся одним из ключевых источников информации для советских женщин.

Библиографический список

1. Антология самиздата. Неподцензурная литература в СССР. 1950-е–1980-е / Под общ. ред. В. В. Игрунова. — М. : 2. Международный институт гуманитарно-политических исследований, 2005. — 495 с.
3. Русина Ю. А. Самиздат в СССР. Тексты и судьбы. — СПб. — Издательство «Алетейя», 2019. — 240 с.
4. Ходов С. Б. Специфика советского регионального журнала // Вестник Челябинского государственного университета. 1998. С. 91–98.
5. Бешукова Ф. Б. Литературно-художественные журналы и проблемы новой критики // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. 2008. — С. 53–58.
6. Латышева М. С. Образ советской женщины в журнале «Работница» // Этнодиалоги. 2020. — С. 95–119.
7. Редакторская подготовка изданий: Учебник / Антонова С. Г., Васильев В. И., Жарков И. А., Коланькова О. В., Ленский Б. В., Рябинина Н. З., Соловьев В. И.; Под общ. ред. Антоновой С. Г., д.ф.н. — М. : Издательство МГУП, 2002. — 468 с.
8. Днепровская А. А. Образ советской труженицы в первое послевоенное десятилетие (по материалам специальных женских изданий) // Вестник Омского государственного университета имени Ф. М. Достоевского. 2011. № 1. — С. 91–98.

Худобенко Дина Сергеевна — бакалавр, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: di.xx.anne@mail.ru. Тел.: +79136721149.

ГУМАНИТАРНЫЙ ФОРУМ В ПОЛИТЕХНИЧЕСКОМ

Материалы Всероссийской молодёжной
научно-практической конференции
Санкт-Петербург
6–8 апреля 2022 года

Учредитель и издатель – Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

Рецензенты:

Агафонова Марина Павловна, старший преподаватель ВШИППиПЛ;
Анисимова Ольга Владимировна, к. филол. н., доцент ВШИППиПЛ;
Барина Дарина Олеговна, к. пед. н., доцент ВШЛиП;
Быльева Дарья Сергеевна, к. пол. н., доцент КИЯ;
Валиева Фатима Ивановна, к. пед. н., доцент ВШИППиПЛ;
Вовенда Алексей Викторович, к. полит. н., старший преподаватель ВШМО;
Волошинова Татьяна Юрьевна, к. пед. н., доцент ВШИППиПЛ;
Дмитриев Александр Владиславович, к. филол. н., доцент ВШИППиПЛ;
Долженкова Екатерина, к. полит. н., доцент ВШЮиСТЭ;
Доровская Юлия Владимировна, старший преподаватель ВШЮиСТЭ;
Евсеева Лидия Ивановна, к. философ. н., доцент ВШМиСО ;
Захаров Константин Павлович, к. пед. н., доцент ВШИППиПЛ;
Иванников Никита Сергеевич, к. полит. н., доцент ВШМО;
Иванова Екатерина Аркадьевна, к. пед. н., доцент ВШИППиПЛ;
Карпович Ирина Александровна, к. пед. н., доцент КИЯ;
Клочкова Елена Сергеевна, к. филол. н., доцент ВШЛиП;
Мушенко Екатерина Владимировна, старший преподаватель ВШМО;

Никифорова Наталья Владимировна, к. культ. н., доцент ВШМиСО;
Одинокая Мария Александровна, к. пед. н., доцент ВШЛиП;
Погодин Сергей Николаевич, директор ВШМО, д. ист. н., профессор ВШМО;
Попов Дмитрий Геннадьевич, к. философ. н., доцент ВШМиСО;
Семенова Кристина Андреевна, старший преподаватель ВШЮиСТЭ ;
Федюковский Александр Анатольевич, к. филол. н., доцент ВШЛиП;
Хазов Владимир Константинович, к. филол. н., доцент КОН

ГУМАНИТАРНЫЙ ФОРУМ В ПОЛИТЕХНИЧЕСКОМ

Материалы I Всероссийской молодежной
научно-практической конференции

Санкт-Петербург

6–8 апреля 2022 года

Компьютерная верстка *Е. Г. Орловского*

Санитарно-эпидемиологическое заключение
№ 78.01.07.953.П.001342.01.07 от 24.01.2007 г.

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции
ОК 005-93, т. 2; 95 3004 – научная и производственная литература

Подписано в печать 13.10.2022. Формат 60×84/16. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 62,5. Тираж 500. Заказ 3834

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре
Политехнического университета.
195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29.
Тел.: (812) 552-77-17; 550-40-14.