

**ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ
И СОЦИАЛЬНАЯ
ПСИХОЛОГИЯ**



Научный журнал «Обществознание и социальная психология»
Выпуск №38 (2022).

Scientific journal «KPO-SCIENCE» Issue № 38 (2022).

Главный редактор: Шелистов Н.А.
Редакция «Обществознание и социальная психология»
Editor-in-chief: Shelistov N.A.
The editors of «kpo-science.ru»

Научное издание «Обществознание и социальная психология», нацеленное на публикацию наиболее актуальных социально-психологических работ теоретического, экспериментального и практико-прикладного характера российских и иностранных специалистов по проблемам реального взаимодействия и взаимовлияния.

Издание адресовано психологам-исследователям, психологам-практикам, преподавателям психологии, научным деятелям в области социальных наук. Одной из целей журнала является научные исследования в области социальных наук. Журнал предоставляет научным деятелям возможность опубликовать свои научные исследования, чтобы внести свой вклад в науку.

Цель журнала – обеспечение профессиональной коммуникации между исследователями и практиками в области организационной психологии, педагогики и социологии, представление результатов новых организационно-психологических исследований, внедрение новых научных и прикладных разработок в практику работы с организациями, привлечение молодых коллег в профессиональное сообщество организационных психологов.

Задача журнала – способствовать практическому внедрению научных решений в области социальных наук.

Полное или частичное воспроизведение или ксерокопирование, какими бы ни были материалы, опубликованные в этом журнале, разрешается только с письменного **разрешения издателя**.

Full or partial reproduction or copying of any material published in this journal is permitted only with the written **permission of the publisher**.

Сайт научного журнала: www.kpo-science.ru

Website of the scientific journal: www.kpo-science.ru

E-mail: kpo-science@list.ru

**ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫЕ КАЧЕСТВА УСПЕШНОГО
ПОЛИГРАФОЛОГА**

Аннотация. В данной статье проводится анализ психологического исследования личности успешного полиграфолога. Было проведено психологическое исследование пяти успешных полиграфологов с целью выявления профессионально важных качеств.

Annotation. This article analyzes the psychological study of the personality of a successful polygraph examiner. A psychological study of five successful polygraph examiners was conducted in order to identify professionally important qualities.

Ключевые слова: Полиграф, детектор лжи, полиграфолог, психологическое тестирование полиграфолога, специальные психофизиологические исследования с применением полиграфа, деятельность полиграфолога, успешность полиграфолога, профессионально важные качества полиграфолога.

Keywords: Polygraph, lie detector, polygraph examiner, psychological testing of a polygraph examiner, special psychophysiological studies using a polygraph, polygraph examiner's activity, success of a polygraph examiner, professionally important qualities of a polygraph examiner.

Постоянно происходящие кризисы, изменения условий жизни граждан в худшую сторону подталкивают их к совершению каких-либо незаконных действий. В связи с пробелами в законодательстве в большинстве случаев, если отсутствуют камеры видеонаблюдения невозможно определить причастного человека к произошедшему преступлению.

Данные условия значительно повысили роль компетентного профессионала - полиграфолога на рынке труда. Исследование представлений работодателей о качестве выпускников учреждений дополнительного профессионального образования (ДПО), а также о качестве работающих специалистов-полиграфологов показало, что предприятия и организации сегодня испытывают потребность в успешных, высококлассных специалистах, которые бы адекватно оценивали результаты исследований и в кратчайшее время смогли бы вынести результат с высокой достоверностью.

Известно, что на профессиональную успешность влияет много различных внешних и внутренних (психологических) факторов. К числу внешних факторов, относятся ситуативные и культурные аспекты окружения субъекта труда (придание содержанию и технологии профессионально-образовательного процесса в учебном заведении развивающего характера; использование принципа универсализации в обучении кадров и т.д.). Однако не меньшее влияние оказывают и многие психологические факторы: наличие специалиста-полиграфолога определённых характерологических особенностей личности (профессионально важных качеств), развитых умений саморегуляции, определённых волевых свойств личности и т.д.

Анализ научной литературы показывает, что некоторые из указанных психологических факторов изучены в науке достаточно хорошо, например, роль профессионально важных качеств личности (В.Д. Шадриков, А.В. Бодров, Э.Ф. Зеер и др.); влияние положительной мотивации на повышение уровня профессионализма (Е.М. Борисова, А.Б. Орлов и др.); зависимость профессиональной успешности от взаимоотношений с коллегами и руководством (Л.Г. Дикая, Г.Ю. Крылова).

Однако проводимые исследования не касались личности специалиста-полиграфолога. Данная специальность относится к разряду «молодой» и у многих работодателей к ней ещё не сформированы требования.

Несмотря на наличие в психологии труда целого ряда исследований, посвящённых изучению проблемы профессиональной успешности в различных сферах деятельности: военной (И.В. Дрюпина, И.О. Морозова, Ю.М. Зуев, П.А. Корчемный, А.М. Столяренко и др.), педагогической (С.Л. Белых, Э.Е. Зеленина, А.А. Лежанина, П.Ш. Магомедов, Т.М. Хрусталева и др.), управленческой (А.Я. Анцупов, К.А. Бабиянц, А.Г. Ивашкин, Г.В. Суходольский и др.), — отмечается дефицит работ по этой проблеме. Из всего сказанного следует, что изучение профессионально важных качеств и разработка на этой основе методических пособий имеют важное значение для решения многих вопросов, связанных с формированием профессиональной успешности личности специалиста-полиграфолога. Данное обстоятельство и определило выбор темы нашего исследования.

Цель исследования — выявить профессионально важные качества специалиста полиграфолога, обуславливающие профессиональную успешность будущего специалиста и дать психологическую характеристику их взаимосвязи.

Объект исследования — профессиональная успешность специалиста - полиграфолога.

Предмет исследования — профессионально важные качества профессиональной успешности и их активизация на этапе начального профессионального обучения.

Гипотеза исследования — профессиональная успешность зависит от ряда профессионально важных качеств, которые могут существенно влиять на процесс профессионального развития личности. При этом мы исходили из следующих допущений:

- В качестве профессионально важных качеств профессиональной успешности могут выступать индивидуальные свойства субъекта деятельности, которые необходимы и достаточны для реализации этой деятельности на нормативно заданном уровне. Между указанными качествами могут существовать взаимные связи, от характера которых зависит становление профессиональной успешности.

— Профессионально важные качества успешности у специалистов-полиграфологов «эталонного образца», находящихся на этапе успешности, отличаются от качеств свойственного специалистам, которые не смогли реализовать себя в данной профессии.

— Эффективное формирование профессиональной успешности достигается за счёт реализации ряда условий: а) наличия заложенных или приобретённых индивидуальных качеств личности; б) их комплексного воздействия и сбалансированности;

В соответствии с поставленной целью и выдвинутой гипотезой в работе были определены **следующие задачи**:

— Изучить суть работы специалиста-полиграфолога

— Выявить особенности и взаимосвязь психологически важных качеств между успешностью профессиональной деятельности специалиста-полиграфолога

— Провести психологический анализ профессионально важных качеств у успешных специалистов-полиграфологов.

Для исследования личности успешного полиграфолога было отобрано пять успешных специалистов-полиграфологов по следующим характеристикам:

Опыт работы (предшествующий деятельности полиграфолога), образование, опыт работы полиграфологом, профессиональная переподготовка, возраст.

Неслучайно проблема профессиональной успешности субъекта труда в последнее время всё чаще становится предметом исследования психологов (В.А. Аверин, А.В. Бодров, А.А. Деркач, Е.А. Климов, Н.В. Кузьмина, Л.М. Митина, Ю.П. Поваренков, Я.С. Хаммер и др.).

Профессиональная успешность специалиста, по нашему мнению, реализуется в первую очередь в эффективной адаптации профессионально важных качеств специалиста, в их развитии или приобретении. Изучение профессионально важных качеств успешности позволит более эффективно решать задачи, связанные с прогнозированием

профессиональной деятельности специалистов-полиграфологов и их дальнейшего поведения на рынке труда.

Для определения наиболее важных профессиональных качеств личности успешного специалиста-полиграфолога мы будем использовать следующие методики:

- тест коэффициента интеллекта (**IQ**), разработанный английским психологом [Гансом Айзенком](#)
- **16-факторный личностный опросник** — психодиагностическая методика, разработанная институтом под руководством [Рэймонда Кеттелла](#).
- тест «социальный интеллект» Дж. Гилфорда
- тест «мотивация успеха и боязнь неудачи» (А. А. Реан)

Пять специалистов-полиграфологов обладающих следующими результатами:

№ исследуемого	1	2	3	4	5
Возраст	50	45	50	35	35
Образование	Высшее техническое	Высшее техническое	Высшее медицинское	Высшее психологическое	Высшее юридическое
Специальность	Инженер-строитель	Инженер-электромеханик	Лечебное дело, врач	Психолог	Юрист
Переподготовка по специальности полиграфолог	2014г.	2011г.	2011г.	2016	2017г.
Опыт работы до полиграфолога	МВД, оперативная работа	Вооружённые силы Российской Федерации, МЧС России, кадровая служба	Минздрав, врач-психиатр	МВД, психолог	ФСБ, оперативная работа
Опыт работы полиграфологом	8 лет	11 лет	11 лет	6 лет	5 лет

Количество исследований	900	1500	2700	500	400
IQ	110	130	110	120	130
Кеттел, одинаковые особенности	Генетически эмоциональная стабильность, высокий контроль эмоций, уверенность в себе, спокойное адекватное восприятие действительности, уравновешенность в поведении, развитие волевых качеств. Адекватная самооценка, социальная нормативность, самодисциплина, самоконтроль эмоций и поведения, зрелость личности. Обострённые негативные качества: доминированность, житейская изворотливость, упрямство.				
Методика Реана. Страх перед неуспехом	43 средний уровень выраженности мотива «страх перед успехом»;	51 средний уровень выраженности мотива «страх перед успехом»;	53 средний уровень выраженности мотива «страх перед успехом»;	45 средний уровень выраженности мотива «страх перед успехом»;	49 средний уровень выраженности мотива «страх перед успехом»;
Социальный интеллект:					
Истории с завершением	9 баллов – средняя степень оригинальности видения социальных событий и явлений.	8 баллов – повышенная степень оригинальности и видения социальных событий и явлений.	7 баллов – повышенная степень оригинальности видения социальных событий и явлений.	8 баллов – повышенная степень оригинальности видения социальных событий и явлений.	8 баллов – повышенная степень оригинальности видения социальных событий и явлений.
Группы экспрессии	7 баллов – повышенная степень оригинальности	6 баллов – высокая степень оригинальности	5 баллов – высокая степень оригинальности	5 баллов – высокая степень оригинальности	8 баллов – повышенная степень оригинальности

	ости анализа социальны х событий и явлений.	и анализа социальных событий и явлений	ости анализа социальных событий и явлений	анализа социальных событий и явлений	ости анализа социальных событий и явлений.
Вербальная экспрессия	6 баллов – высокая степень оригинальн ости обобщения социальны х событий и явлений.	5 баллов – высокая степень оригинальност и обобщения социальных событий и явлений.	6 баллов – высокая степень оригинальн ости обобщения социальных событий и явлений.	6 баллов – высокая степень оригинальности обобщения социальных событий и явлений.	6 баллов – высокая степень оригинальн ости обобщения социальных событий и явлений.
Истории с дополнением	1 балл – очень высокая степень оригинальн ости прогнозиро вания развития социальны х событий и явлений.	2 балла – очень высокая степень оригинальност и прогнозирован ия развития социальных событий и явлений.	2 балла – очень высокая степень оригинальн ости прогнозиро вания развития социальных событий и явлений.	1 балл – очень высокая степень оригинальности прогнозирован ия развития социальных событий и явлений.	2 балла – очень высокая степень оригинальн ости прогнозиро вания развития социальных событий и явлений.

Вывод:

По проведённому анализу профессиональной деятельности полиграфолога можно прийти к выводу, что данный вид деятельности годен для ограниченного круга людей.

Не каждый желающий может реализовать себя в данной профессии. В связи с чем перед принятием решения об обучении по данной специальности необходимо проходить психологическое тестирование, а так же консультации с психологом.

Полиграфолог должен обладать следующими профессионально важными качествами:

- высокий интеллект, эмоциональную стабильность, высокий контроль эмоций, уверенность в себе, спокойное адекватное восприятие действительности, уравновешенность в поведении, выраженные волевые качества. Адекватная самооценка, социальная нормативность, самодисциплина, самоконтроль эмоций и поведения, индекс зрелости личности, повышенную степень оригинальности видения социальных событий и явлений, высокую степень оригинальности анализа социальных событий и явлений, высокую степень оригинальности обобщения социальных событий и явлений, очень высокую степень оригинальности прогнозирования развития социальных событий и явлений.

Исходя из результатов исследований успешный полиграфолог должен иметь не только положительные качества, но и отрицательные: упрямость, житейская изворотливость, доминированность. Перечисленные отрицательные качества способствуют повышению достоверности результатов исследования.

Список используемой литературы:

1. Единые методические требования к порядку проведения психофизиологических исследований с применением полиграфа в МВД России. – БСТМ МВД России. 2008. кн. Сошников А.П., Комиссарова Я.В., Пеленицын А.Б., Федоренко В.Н. Полиграф в практике расследования преступлений (методические рекомендации). – М., изд. МИРЭА, 2008, 186 с.;
2. Практическое пособие «Единые требования к порядку проведения опросов и специальных психофизиологических исследований на полиграфе». - МВД РФ, Академии управления МВД РФ, БСТМ МВД России. 2011г. Состав рабочей группы по подготовке Единых требований к порядку проведения опросов и специальных психофизиологических исследований на полиграфе: Мирошников Борис Николаевич (руководитель), Алексеев Андрей Викторович, Байков Владимир Михайлович, Жбанкова Ольга Владимировна, Игнаткин Владимир Николаевич, Захарова Светлана Ивановна, Комиссарова Ярослава Владимировна, Лапшин Евгений Владимирович, Молчанов Андрей Юрьевич, Пеленицын Александр Борисович, Сошников Александр Петрович, Федоренко Виктор Николаевич.

3. Инструментальная детекция лжи академический курс. – Ярославль, 2004г. кн. Оглоблин С.И., Молчанов А.Ю.464 стр.
4. Детектор лжи. – Москва 2004г. кн. Варламов В.А. 352 стр.
5. Легко солгать тяжело. – Москва 2011г. кн. Поповичев С.В. 400 стр.
6. Шадриков В.Д. Деятельность и способности. М., 1994.
7. Климов Е. А. Введение в психологию труда. М.: Изд-во МГУ, 1988.
8. Деркач А. А., Кузьмина П. В. Акмеология: пути достижения вершин профессионализма.М., 1993.
9. Маркова А. К. Психология профессионализма.
10. Шнейдер Л. Б. Профессиональная идентичность: монография. М.: Изд-во МОСУ, 2001.С. 25.

ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

Чэнь Иань

Студент

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Кафедра: ВИЭШ

ДУХОВНЫЕ КАЧЕСТВА ЧЕЛОВЕКА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ

ФРАЗЕОЛОГИИ

Аннотация: Духовные ценности человека – это огромный пласт лексических единиц, которые нуждаются в дальнейшем исследовании. Семантику фразеологизмов можно проследить до различных компонентов окружающей действительности, которые позволяют нам наглядно представить основные качества человеческого характера. В статье рассматриваются лексические единицы двух лингвокультур Китая и России, значений «кротость», «смирение», «терпение», «прощение», «любовь», «творить добро», как стоящих во главе душевных качеств человека. Проанализировано содержание составляющего концепта «духовность» на основе энциклопедических, толковых, педагогических словарей и взглядов русских философов. На основе анализа, исходя из этнокультурного сознания русских и китайцев, были определены некоторые сходства и различия между символическими компонентами исследуемых лексических единиц.

Annotation: Spiritual values of a person are a huge layer of lexical units that need further research. The semantics of phraseological units can be traced to various components of the surrounding reality, which allow us to visualize the basic qualities of human character. The article examines the lexical units of the two linguocultures of China and Russia, the meanings of "meekness", "humility", "patience", "forgiveness", "love", "doing good", as standing at the head of the spiritual qualities of a person. The content of the concept of "spirituality" is analyzed on the basis of encyclopedic, explanatory, pedagogical dictionaries and the views of Russian philosophers. Based on the analysis based on the ethno-cultural consciousness of Russians and Chinese, some similarities and differences between the symbolic components of the studied lexical units were revealed.

Ключевые слова: кротость, смирение, терпение, прощение, любовь, добро, фразеология

Keywords: meekness, humility, patience, forgiveness, love, kindness, phraseology

В связи с увеличением взаимодействия российско – китайских отношений в разных спектрах сотрудничества и взаимовлияния культур, возрастает роль сопоставительного анализа различных языковых систем, поскольку это может выявить сходства и различия

языков и их функциональные характеристики, а также помочь понять общий процесс, не только языка, но и истории и культуры.

Фразеология является важной лингвистической дисциплиной. Путем сложного становления, как отдельной области, она представляет важную составляющую определенной этнической культуры, отражая национальные особенности общества, связанного единой национальной языковой системой и культурой. Именно фразеология играет значительную роль в развитии культурного и этнического мировоззрения конкретных носителей языка.

Сопоставительное изучение лексических единиц – это эффективные познавательные и когнитивные методы изучения разных языков. С учетом развивающихся отношений между Россией и Китаем, возрос интерес к анализу фразеологии двух стран, на фоне этого было написано много работ, русских и китайских исследователей, таких как: В.Н. Телия; В.П. Жуков; О. М. Готлиб; В.И. Зимин; Сунь Вэйчжан; Чжу Зуань; Тан Тинчи; Му Хуаин и др.

Китайская языковая система содержит неизмеримые лексические единицы, что является серьезным препятствием не только для культурного обмена между обычными людьми, но и профессионалов, таких как переводчиков. Хотя между китайским и русским языками нет внешнего сходства и среди них существуют различия в языковых единицах, однако есть и некоторые общие черты. При переводе с русского на китайский и наоборот, нужно принимать во внимание все нюансы сопоставимости фразеологических единиц национальных и культурных значений.

Рассмотрим этнокультурные особенности китайских и русских фразеологизмов с составляющей «духовные ценности» поскольку их содержание весьма актуально и имеет несомненный потенциал для исследования.

Духовность – единая основа общества, выраженная в форме моральных ценностей, обычно является составляющей религиозного наставления. Основываясь на это определение, «духовность» в индивидуальном сознании называется совестью, и некоторые люди считают, что укрепление духовной силы осуществляется за счет религиозного просвещения и идеологического воспитания человека. В «энциклопедии эпистемологии и философии науки» под редакцией И. Т. Касавина и др. определение «духовности» дается как высокая степень развития и саморегуляции зрелой личности. [9] Высшие человеческие ценности в неиерархических отношениях становятся основным регулятором мотивационно – смыслового компонента для жизнедеятельности. В педагогическом словаре И. П. Андриади и С. Ю. Темина понятие «духовность» отражает концепцию ценностей (смыслов) и соответствующий им опыт, который противоречит или, по крайней мере, отличается от

материального человеческого существования. [5] По толковому словарю С. И. Ожегова «духовность» – свойство души, включающее духовные, нравственные и интеллектуальные интересы, которые преобладают над материальными. [7]

Философ Н. А. Бердяев рассматривал «духовность» как необъективную реальность, но проявляющуюся в деятельности человека в характерных чертах: свобода, активность, творчество, любовь, сострадание, а также в желании изменить свою жизнь. [8] Н. А. Бердяев ставит личную свободу человека во главу духовного становления. Человек несет ответственность за свое духовное совершенствование и создание доброты внутри себя. Философ И. А. Ильин, анализируя вопросы «духа» и «духовности» пришел к выводу, что наличие у человека духовных начал является первоосновой существования любой личности: «дух есть – воздух! И – хлеб! человеческой жизни». [3] В основе духовности И. А. Ильин отмечает чувство стыда, ответственности, совесть, любовь, стремление к красоте и состраданию. Среди них он выделяет наиболее значимые и вечные качества человека, такие как вера и любовь.

Таким образом, основываясь на анализ энциклопедических, толковых, педагогических словарей и на видение русских философов, можно сделать вывод, что духовность – многомерное понятие, наиболее часто используемое в философии религии. Однако духовность не должна отождествляться религиозностью, тем самым мы исключаем большую часть людей из духовного развития. Духовность – это не только привилегия религии, она всегда ассоциировалась с гуманистическими ценностями. Духовность – природа интеллекта, «внутренняя нравственная сущность» личности, отличная от его физической основы. [9] Поэтому, духовность – это обретение смысла, показатель существования определенной иерархии ценностей, целей и смыслов. Она фокусируется на вопросах, связанных с высшим уровнем духовного развития в человеческом мире. Мораль – определение личной духовной культуры, задающее качество самореализации человека.

Основа фразеосемантического фона «духовные качества» человека, включают в себя конкретные черты человеческого характера, среди основных: кротость, смирение, терпение, прощение, любовь, совершать добрые дела и др. Концепт кротость – отличие великой силы, кроткий человек обладает благородной, храброй и крайне высоким состоянием души. Характеризуется мягкостью характера, но твердостью духа. В религиозном контексте кротость сопоставляется с терпением, слушанием и принятием страданий. Смирение – понимание собственной ценности, а также признание недостатков в себе. В религиозном контексте смирение трактуется как добродетель, уважение и ценность своих способностей. Концепт кротость и смирение различаются в отношении: кротость проявляется по отношению к другим, а смирение к самому к себе. Терпение –

добродетель, твердость и мужество духа способное смиренно переносить страдания и боль, упорно и терпеливо идти к достижению результата. Кротость, смирение, терпение также как и прощение, любовь и творение добра, неотделимы друг от друга в душевных качествах человека. Прощение достигается путем любви и сотворение добра по отношению к прощаемому.

В русской паремииологии перечисленные понятия рассмотрены в основе религиозного дискурса, в виду того, что именно там передана положительная образно – оценочная черта значений, а также через конфронтацию «добро – зло». В бытовых пословицах и поговорках передано оценивающее поведение.

1. Понятие «кротость»:

1) Кротость выражается, как добродушный, мирный и целомудренный человек – *«ангел по плоти»*. 2) Кротость проявляется, как терпение – *«ищи кротости, чтоб не дойти до пропасти»*. (никогда не нужно с энтузиазмом нападать на мнения других людей, равно как и упрямо отстаивать свои собственные взгляды). 3) Кротость, как доброта для других – *«В поле пшеница годом родится, а добрый и кроткий человек всегда пригодится»*. 4) Кротость, как проявление благожелательности – *«кроткое слово гнев побеждает»* (обращаясь к людям доброжелательно, мы можем поднять им настроение)

2. Понятие «смирение»:

1) Смирение, как принятие – *«не ищи мудрости, ищи кротости»*. (нужно принять то, что вы не можете понять или изменить). 2) Смирение, как скромность – *«живи смиреннее, так всем будешь милее»*. 3) Смирение, как подчинение кому – либо – *«силён, как бык, а смирен, как корова»*. 4) Смирение, как необходимость равновесия души – *«бойкий скачет, а смиренный плачет»*.

3. Понятие «терпение»:

1) Терпение, как здравый смысл – *«на хотенье есть терпение»* (действительно ли нужно то, чего хочется, и к чему может привести это желание). 2) Терпение, как ожидание успеха – *«терпи, казак, – атаманом будешь»* (для любого дела необходимо терпение, чтобы достичь высот). 3) Терпение, как составляющая трудностей – *«терпенье и труд все перетрут»* – трудолюбие и терпение помогут преодолеть все трудности. 4) *«всякому терпению мера»* – каждому терпению приходит конец.

4. Понятие «прощение»:

1) Прощение, как понимание – *«понять – значит простить»*. (если сначала попытаться понять ситуацию человека и мотивацию его поведения, то простить будет легче). 2) Прощение, как правильный подход – *«прощай, да не страшай»*. (прощай, да не

пугай). 3) Прощение как свойство человека – «где гнев, тут и милость» (после гнева приходит милость).

5. Понятие «любовь»:

1) Любовь как важная составляющая души – «ум истиною просвещается, сердце любовью согревается» (каждому сердцу нужна любовь, как уму – истина). 2) Любовь, как богатство – «деньги – прах, одежда тоже, а любовь всего дороже». 3) «лучше не иметь сердца, чем в нем не иметь любви к народу» (черствых людей не ценят и не принимают). 4) Любовь, как внутреннее качество, а не только внешнее – «где любовь да доброта, там и красота». 5) Любовь не равноценна – «всех любить сердца не хватит» (невозможно любить всех одинаково).

6. Понятие «дарить добро»:

1) Проявление добра предвещает счастливую жизнь – «кто доброе творит, тому зло не вредит» (если человек творит добрые дела, то он будет недосыгаем перед злом). 2) Добро, как эмоциональное состояние – «добро творить – себя веселить» (добрые дела поднимают настроение). 3) Добро, как надежда – «свет не без добрых людей» (найдется человек, который поможет). 4) Добро, как чувствительность – «доброму человеку и чужая болезнь к сердцу» (добрых людей волнуют не только свои дела). 5) Творить добро, не хвастаться – «добро не лихо – ходит тихо».

В китайском языке также как и в русском существует множество фразеологизмов, включающих лексические единицы «кротость» (温顺 – веншун), «смирение» (谦卑 – цианпей) «терпение» (耐心 – найшин), «прощение» (宽恕 – куаншу), «любовь» (爱 – ай), «творить добро» (做好事 – цуохаоши) или синонимы, отражающие оценку понятий и метафорические характеристики. Это показывает, что эти понятия были концептуализированы в достаточной степени в сознании носителей китайского языка и русского языка. В китайской паремиологии вышеперечисленные значения считаются одними из важных культурных понятий наряду с «вежливостью», «преданностью», уважением к родителям», «честностью».

1. Понятие «кротость» (веншун):

1) Кротость, как скромность – «скромный и благородный человек» 貂貂呷岁 (человек проявляет скромность в мыслях и в поступках). 2) Кротость, как великодушие «В животе цзайсана (министр) можно толкать лодку шестом» 封论胶铤踪攫芴 (Великий человек всегда великодушен, обладает широкой душой, умеет не обижаться, что бы он ни слышал, и даже терпит унижения, когда это необходимо).

2. Понятие «смирение» (цианпей):

1) Смирение, как принятие – *«всегда есть кто – то способнее тебя»* 总有人比你更有能力 (Признание и принятие своих достоинств), также есть с похожим контекстом – *«всегда найдется кто – то сильнее тебя»* 总会有比你强的人. Похожий смысл можно найти в русской поговорке *«не ищи мудрости, ищи кротости»* (нужно принять то, что вы не можете понять или изменить).

3. Понятие «терпение» (найшин):

1) Терпение, как составляющая трудностей – *«капля воды пробивает камень»* 滴水穿石. Русский аналог – *«терпенье и труд все перетрут»* – трудолюбие и терпение помогут преодолеть все трудности. 2) Терпение, как ожидание лучшего – *«живи, сохраняй покой, придет время и цветы распустятся сами»* 生活, 保持和平, 时间会到来, 花朵会自己绽放 (нужно доверять судьбе, со временем результат будет).

4. Понятие «прощение» (куаншу):

1) Прощение, как уступчивость – *«Почтительность сменяет гнев на милость, уступчивость прекращает спор»* 忌仗傲以怪, 谅仗惋以以. Русский аналог – *«где гнев, тут и милость»*. 2) Прощение, как понимание – *«Когда вам кажется что простить нельзя, вспомните, сколько прощено вам»* 当你觉得不可能原谅的时候, 记住你被原谅了多少.

5. Понятие «любовь» (аи):

1) Любовь, как внутренне качество – *«когда любишь – и мартышка красива, но если не любишь, то и лотос кажется безобразным»* 你爱的时候, 猴子是美丽的, 但如果你不爱, 那么莲花似乎很丑. Русский аналог – *«где любовь да доброта, там и красота»*. 2) *«Счастье – это когда тебя понимают, большое счастье – это когда тебя любят, настоящее счастье – это когда любишь ты»* 幸福是当你被理解, 伟大的幸福是当你被爱, 真正的幸福是当你爱. 3) Любовь, как важная составляющая души – *«влюбленный сыт имея только воду, без любви голодаешь, имея еду»* 恋人只喝水饿死没有爱, 即使有食物.

6. Понятие «творить добро» (цуохоаши):

1) Творить добро, как делать себя счастливым – *«ближнему помогаешь – радость узнаешь»* 你帮助你的邻居 – 你会知道快乐. 2) *«Добро добром обернется»* 善有善报 (делаешь добро другим, к тебе оно возвращается). 3) Добро, как эмоционально состояние – *«когда даришь другим цветы, рука сохраняет аромат»* 赠人玫瑰, 手有余香 (когда помогаешь другим людям, тебе это воздается, тебе самому приятно). Русский аналог – *«добро творить – себя веселить»*. 4) Добро, как надежда – *«мир не без добрых людей»* 不能没有善人的世界. Русский аналог – *«свет не без добрых людей»*.

Рассмотрев основные главные духовные качества русско – китайской фразеологии, можно сделать вывод, что в русской фразеологии в отношении описанных лексических единиц преобладает религиозная концепция, в китайской паремиологии задействовано религиозно – философское учение. В большей степени в обеих языковых культурах рассматривается как показатель духовных ценностей и смыслов. Лексические единицы «терпение», «прощение», «любовь» и «творить добро» находят схожие характеристики и аналоги в обоих языках, что подтверждает наличие общих взглядов и представлений касательно духовных качеств человека. Встречаются поговорки с одинаковым смыслом: в кит. «*капля воды пробивает камень*» равнозначно – в рус. «*терпенье и труд все перетрут*»; в кит. «*мир не без добрых людей*» равнозначно – в рус. «*свет не без добрых людей*». Значения «кротость» и «смирение» в русской и китайской фразеологии проявляют общие черты, однако аналогов как таковых нет. В основе символического компонента в двух лингвокультурах понятие «смирение» встречается как осознание и принятие своих достоинств, в значение «терпение» – преодоление трудностей, «прощение», как понимание действий человека (что побудило так поступить). Понятие «любовь» выражается, как важная составляющая души, которая проявляется не только внутренне, но и во внешних качествах, «творить добро» положительно влияет на эмоциональное состояние человека и также вселяет надежду, что «*мир не без добрых людей*». В настоящей статье предпринята попытка провести сопоставительный анализ лексических единиц концепта душевные качества человека, на основе китайских и русских фразеологизмов. Перечисленные фразеологизмы китайского и русского языка – далеко не исчерпывающий перечень устойчивых выражений, что является базой для дальнейшего исследования.

Литература

1. Даль В.И. Пословицы русского народа: в 2-х т. – Москва: Худож. лит., 1984. – 399 с.
2. Жуков В.П. Словарь русских пословиц и поговорок. – М.: Рус. язык, 2000 – 537 с.
3. Ильин И.А. Собр. соч.: В 10 т. – Т. 3. – Москва: Русская книга, 1993. – С. 415.
4. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. М.: ЧеРо, 1999. 341 с.
5. Педагогический словарь / авт. – сост. И. П. Андриади, С. Ю. Темина. – Москва: ИНФРА – М, 2016. – 221 с.
6. Сизов С.Ю. Словарь наиболее употребительных китайских идиоматических выражений, пословиц и поговорок. Москва: АСТ, 2005. 317 с.
7. Толковый словарь русского языка: 100000 слов, терминов и выражений / С. И. Ожегов. – Москва: Мир и образование, 2015. – 1375 с.
8. Философия свободного духа / Н. А. Бердяев. – Москва: Республика, 1994. – 479 с.

9. Энциклопедия эпистемологии и философии науки / Российская акад. наук, Ин-т философии РАН. / редкол. : И. Т. Касавин и др. – Москва: Канон+, 2009. – 1247 с.
10. 100 жемчужин китайской мудрости. – Москва: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 217 с.

*Быков Иван Андреевич,
аспирант, Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте РФ (РАНХиГС).*

**«МЯГКАЯ СИЛА»: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ.
ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ «МЯГКОЙ СИЛЫ» ВО ВТОРОМ ДЕСЯТИЛЕТИИ
XXI ВЕКА**

Аннотация: Концепция «мягкой силы» разработана политологом Джозефом Наем в его книге «Soft Power: the means to success in world politics». В данном труде он пытается найти наиболее эффективный способ влиять на поведение людей или целых стран. Отличие концепции «мягкой силы» от других концепций влияния заключается в том, что в данной концепции предполагается отойти от прямого директивного влияния на объект – к методам, после применения которых, объект будет добровольно следовать за субъектом влияния.

Annotation: The concept of "soft power" was developed by political scientist Joseph Nye in his book "Soft Power: the means to success in world politics". In this work, he tries to find the most effective way to influence the behavior of people or entire countries. The difference between the concept of "soft power" from other concepts of influence is that in this concept it is supposed to move away from direct directive influence on the object – to methods, after the application of which, the object will voluntarily follow the subject of influence.

Ключевые слова: мягкая сила, концепция Дж. Ная, понятие «мягкой силы», содержание «мягкой силы», ресурсы «мягкой силы»

Keywords: soft power, the concept of J. Naya, the concept of "soft power", the content of "soft power", the resources of "soft power"

Джозеф Най приходит к выводу, что не только угрозами и жесткой силой, в том числе экономической, можно добиваться влияния на объекты власти. Автор указывает, что так же эффективным может стать способ, в результате которого страны захотят следовать за субъектом власти (другой страной), восхищаясь ее ценностями [6, с. 15]. Данный метод Най и называет «мягкой силой». Он указывает, что «мягкая сила – заставить других хотеть результатов, которые хотите вы» [6, с. 15].

Автор выделяет три ресурса данной концепции: ценности, культура и политика. Пишет об этом Джозеф Най так: «в международной политике ресурсы, производящие «мягкую силу» возникают в значительной степени из ценностей, которые организация или страна выражает в своей культуре, в примерах, которые они подают в своей внутренней деятельности и политике и в том, как они регулируют свои отношения с другими» [6, с. 17].

Данная теория в момент своего появления, однако, вызвала на родине ученого «неоднозначную» реакцию. Об этом пишет И.Е. Бражникова [2, с. 168]. Автор указывает, что в идее «мягкой силы» не было обнаружено новизны, однако после теракта 11 сентября 2001 года данная разработка стала востребована.

В России же, как пишет И.Е. Бражникова, термин «мягкая сила» и вовсе фигурирует в Концепциях внешней политики 2013 и 2016 гг. [2, с. 168]

А.А. Аликин же, в свою очередь, рассматривая явление «мягкой силы», обращает внимание на то, что данный термин появился незадолго после появления в научной среде термина «мягкой науки» в противовес к «жесткой науке». «Мягкая» же наука, по словам автора, включала в себя следующие характеристики: «невозможность математизации, ориентация на понимание, дискуссии об основополагающих терминах и понятиях» [1, с. 154]. Автор указывает, что концепция «мягкой силы» получает характеристики «мягкой науки» [1, с. 155].

Также схожести идей «мягкой силы» с более ранними трактатами отмечает и А.М. Михеева, говоря о «мягкой силе» Китая: «для Китая понятие «мягкой силы» было новым, но сама идея — нет. Китайские ученые возводят ее истоки к «Канону пути и благодати» философа Лаоцзы и трактату «Искусство войны» Суньцзы, который говорит о победе над врагом без боя» [4, с. 39].

И действительно, идея китайского мыслителя, классика стратегий, Суньцзы о победе без войны выглядит идеологически очень похожей на суть концепции «мягкой силы».

Далее рассмотрим авторов, которые разбирают феномен «мягкой силы» с практической точки зрения. Здесь, хотелось бы отметить работу Нгома Лухуоло, который пишет, что образование играет важнейшую роль в успехе «мягкой силы» [5, с. 215].

Действительно, в дополнение к данному заявлению ученого можно добавить то, что обучаясь в российских ВУЗах, иностранные студенты активно вливаются в российскую среду, перенимают ее ценности (как посредством образования, так и посредством общения с россиянами) и после, в случае успешной карьеры на Родине, могут транслировать данные ценности на общество своей страны.

Доказывая эффективность и роль образования в рамках политики «мягкой силы», автор пишет, что доминирование СССР на «идеологическом фронте» во время «холодной

войны” стало возможным в том числе и благодаря образованию, которые получали в советских институтах иностранцы [5, с. 216].

С течением времени количество методов, применяемых в рамках политики «мягкой силы» только расширялось. Об этом пишет и А.В. Куприянов [3, с. 41].

Это показывает не только практичность политики «мягкой силы», но и ее способность развиваться и эволюционировать.

А.В. Куприянов, в частности, добавляет и еще один вид деятельности, который также может быть отнесен к «мягкой силе»: это гуманитарная помощь другим странам [3, с. 41].

Стоит заметить, что подобный пример действительно выглядит вполне работающим, так как в указанном случае страна, помогающая другим государствам в преодолении последствий стихийных бедствий, априори тем самым создает себе позитивный образ в глазах граждан данной страны. А это, в свою очередь, может способствовать росту интереса к культуре данного государства и практической демонстрации его ценностей. Причем ценностей добра и взаимопомощи, актуальных и признаваемых почти в любом обществе.

Далее автор рассматривает крайне интересный с научной точки зрения пример, когда субъекты «жесткой силы» оказываются крайне эффективными в реализации «мягкой силы». Исследователь пишет, что корабли ВМС, находящиеся на рейде могут также оказывать и гуманитарную помощь [3, с. 41-42].

И действительно, в современном обществе, которое обладает серьезными ресурсами для взаимодействия самых различных организаций с обычными людьми, практика активности в реализации «мягкой силы» субъектами силы «жесткой» становится все более и более распространенной.

Российскими примерами подобного (более подробно российскую практику применения политики «мягкой силы» мы рассмотрим в следующих параграфах) может служить, в частности, гастрольные туры военного оркестра им. А.В. Александрова, а также совместные гастроли и альбом хора МВД России и известного французского тенора Венсана Никло.

Далее, А.В. Куприянов, исследуя подобную практику ВМС Индии, говорит о таком явлении, как «медицинская дипломатия» ВМС (деятельность госпитальных кораблей), в рамках действия «мягкой силы» [3, с. 42].

Также интересным с научной точки зрения явлением, напрямую касающимся «мягкой силы», является специальный рейтинг «The Soft Power 30», отмеченный в научной работе А.М. Михеевой [4, с. 39]. Данный рейтинг сравнивает страны по показателям следующих позиций: цифровизация, инициативное предпринимательство, образование,

культура, вовлечение в международные дела, правительство (государственное управление), голосование (выборность власти). Согласно самой последней версии данного рейтинга за 2019 год, в пятерку стран с самой влиятельной «мягкой силой» входят: Франция, Великобритания, Германия, Швеция, США [7].

Таким образом, согласно данному рейтингу, США, которые являются «родиной» концепции «мягкой силы», занимали в 2019 году лишь пятую строчку с коэффициентом 77,40 против 80,28 у лидирующей Франции.

Наша страна (РФ) также сумела в 2019 году войти в 30 стран с наиболее влиятельной «мягкой силой». Однако Россия занимает в данном рейтинге последнюю строчку с коэффициентом 48,64.

Китайская Народная Республика, которую так же считают одним из величайших геополитических игроков в современном мире, так же расположилась в данном рейтинге невысоко – 27 место с коэффициентом 51, 25.

РФ и КНР – страны, претендующие на высокую роль в современной геополитике, однако, согласно рейтингу «The Soft Power 30», уступают по показателям «мягкой силы» таким небольшим государствам, как, например, Португалия (22 место, коэффициент: 59,28), Австрия (16 место, коэффициент: 67,98), Япония (8 место, коэффициент: 75,71).

Таким образом, «мягкая сила» представляет собой политику достижения влияния, основанную не на силовых, насильственных, или директивных (приказных) методах влияния, а на ненасильственных, «мягких». Данная политика формирует у объекта влияния добровольное желание следовать за субъектом влияния, разделять его ценности, быть носителем его культуры и быть согласным с его политикой.

В завершении данного параграфа отметим также очевидные преимущества «мягкой силы» перед «жесткой». Они (преимущества) заключаются, в первую очередь, в наибольшей гуманности данной политики влияния. Производя искреннее добровольное согласие с субъектом влияния, «мягкая сила» не приводит к большим человеческим или экономическим потерям объекта влияния. Такое сохранение ресурсов объекта влияния является полезным для субъекта, который далее может данными ресурсами пользоваться, используя свое влияние.

Также политика «мягкой силы» основана на более современных научных разработках и может регулярно включать в себя новейшие методы гуманитарных наук и ведущих практиков в сфере психологии, PR и маркетинга, о чем мы поговорим в следующих параграфах.

Данная политика влияния выглядит более современной, гибкой (собственно, второй перевод слова soft - гибкий), гуманно и экономически более выгодной для субъекта влияния.

Таким образом, сегодня явление «мягкой силы» представляет собой, хоть и хорошо изученную, однако постоянно развивающуюся тему. Стоит также добавить, что, как и любая концепция, касающаяся влияния на массовую аудиторию и на большие, сложные субъекты, «мягкая сила» - междисциплинарна, а потому может активно включать в себя все новейшие разработки из областей психологии, социологии, маркетинга, связей с общественностью и других дисциплин. Это, в свою очередь, порождает большое поле для дальнейших исследований в сфере политики «мягкой силы».

Список литературы:

1) Аликин А.А. Мягкая сила и нормативная сила Европы: генеалогические истоки двух концепций мягкого влияния в международных отношениях // Вестник Пермского университета. Политология. 2017. № 4. С. 154.

2) Бражникова И.Е. Политика «Мягкой силы». Соотношение понятий «жёсткая и мягкая сила» // Актуальные научные исследования в современном мире. 2021. № 3-5 (71). С. 168.

3) Куприянов А.В. «Мягкая сила» военно-морских сил Индии в эпоху пандемии // Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН. 2020. № 4. С. 41-42.

4) Михеева А.М. Точки приложения «мягкой силы» США и Китая // В книге: История. Материалы 57-й Международной научной студенческой конференции. 2019. С. 39.

5) Нгома Л.Г.Ж. Обучение в российских вузах: не только «путёвка в жизнь», но и «мягкая сила» // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 10-2. С. 216.

6) Nye J.S. Soft Power, The Means To Success In World Politics. [Электронный ресурс]. URL: https://play.google.com/books/reader?id=x5Q5DgAAQBAJ&pg=GBS.PT14.w.0.0.212.0.1_129. С. 15. Перевод собственный.

7) The Soft Power 30. Overall Ranking 2019. [Электронный ресурс] URL.: <https://softpower30.com/> (Дата обращения 21.04.2022)

Клычникова Анастасия Николаевна
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет транспорта», Институт международных транспортных коммуникаций
Россия, г. Москва

ИСТОРИЯ ДОГОВОРА МЕЖДУНАРОДНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

Аннотация. В данной статье рассматривается история зарождения и развития договора международной купли-продажи товаров. Во внимание берётся процесс установления товарно-денежных отношений между представителями разных государств. В связи с этим приобретает актуальность вопрос принятия общих правил и единообразных правовых режимов регулирования договоров международной купли-продажи на равных условиях для продавцов и покупателей. Только так можно было установить существенный порядок в торговле и свести к минимуму различия при осуществлении торговых операций, а, значит, сделать международную торговлю выгодной для торгующих государств.

Annotation. This article examines the history of the origin and development of the contract of international sale of goods. The process of establishing commodity-money relations between representatives of different states is taken into account. In this regard, the issue of adopting general rules and uniform legal regimes for regulating international sales contracts on equal terms for sellers and buyers becomes relevant. This was the only way to establish a substantial order in trade and minimize differences in the implementation of trade operations, and, therefore, make international trade profitable for trading states.

Ключевые слова: внешняя торговля, договор купли-продажи, международный договор, международная торговля, торговые отношения, торговое право.

Keywords: foreign trade, purchase and sale agreement, international agreement, international trade, trade relations, trade law.

Ещё с древних времён повсеместно была распространена практика обмена товарами и услугами. До возникновения денег обмен осуществлялся лишь с помощью вещей, что в свою очередь носило название «бартер». Товар мог быть обменян на какую-либо другую равноценную вещь, которую было принято называть меной. [1] Спустя некоторое время взамен такой форме сделки стал осуществляться обмен товара на деньги, что впоследствии стало основным способом осуществления товарных отношений. Это послужило началом формирования договора купли-продажи.

Договор купли-продажи начинает свою историю ещё в древнем мире, о чём могут свидетельствовать первые упоминания в Законах Хаммурапи и Среднеассирийских законах. Широкое распространение отношения купли-продажи получили в Египте, договор там имел ряд условий для его заключения: письменное оформление, наличие свидетелей сделки и принесение клятвы. Кроме этого, важную роль договор купли-продажи сыграл в Древней Греции, поскольку была хорошо развита торговля между городами-государствами, однако дальнейшего развития на уровне обязательственного права он не получил.

Значительное развитие договора купли-продажи произошло в эпоху классического римского права. Одной из форм договоров в классическом римском праве выделялись консенсуальные договоры, к которым и относился договор купли-продажи. Обязательства в данном виде договоров возникали с момента достижения согласия между сторонами. Согласно римскому праву, договор купли-продажи – это договор, по которому одна сторона, представленная продавцом, обязана предоставить вещь или товар в собственность другой стороне, представленной покупателем, а тот в свою очередь обязуется уплатить за товар установленную по договору денежную цену.[2]

Что касается Российского государства, началом становления договора купли-продажи считается Русская правда, поскольку в ней были предусмотрены и определены правила покупки вещей за наличные денежные средства. Продажа представляла собой процесс обмена товара на денежные средства на месте осуществления сделки. В случае, если покупатель платил заранее, то он уже забирал приобретённый товар, как собственник. Также был возможен возврат товара при обнаружении какого-либо изъяна. Однако это всё ещё не являлось официальным договором купли-продажи. В письменной форме договор появился только во время правления Петра I (Устав о словесном таможенном суде 1727 г.)[3]

Позднее в X томе Свода Законов Российской Империи было указано, что форма договора купли-продажи зависела от того, являлась ли продаваемое имущество движимым или недвижимым. Законодательством не было предусмотрено обязательное заключение договора купли-продажи в письменной форме, достаточно и устной формы договоренности, а для того, чтобы подтвердить его существование, могут быть использованы свидетельские показания.

В праве Российской империи второй половины XVII-XVIII вв. была хорошо устроенная система договоров, которая обслуживала растущие товарно-денежные отношения. Цель договора купли-продажи заключалась в изменении правового статуса

товара, то есть происходил перенос права собственности на имущество от продавца к покупателю.[4]

Важно заметить, что торговые отношения устанавливались не только между лицами одного государства, но и на уровне наций. Обмен товарами и услугами между различными народами – это вековая практика. Международная торговля подразумевает под собой именно торговые отношения между членами разных наций.

Однако истолкование понятия «международная торговля» начинается только в конце европейского средневековья в связи с ростом современного национального государства. Поскольку политические мыслители и философы начали изучать природу и функцию нации, торговля с другими странами стала особой темой их исследования. Появившись в древности, международная торговля является первой и одной из важнейших форм установления международных экономических отношений.

Как всем известно, международная торговля была и остаётся популярной уже на протяжении многих веков, поскольку все цивилизации ведут торговлю с другими частями света. Международная торговля обычно проводится с целью обеспечения стран товарами, которые там находятся в дефиците, часто из-за географического положения страны, в обмен на те, которые там есть в изобилии. Потребность в такой торговле присутствует из-за существующих различий в доступности ресурсов. Благодаря такому обмену с другими народами, уровень жизни нации имеет тенденцию повышаться.

В течение своего исторического формирования международной торговлей был пройден путь от разовых сделок внешнеэкономического характера до продолжительной крупномасштабной торгово-экономической кооперации. Свидетельствовать об уровне торговли и существовании в государствах широких торговых связей могут тексты договоров, заключаемых при торговле, о продаже излишней продукции сельского хозяйства и ремесленного производства, создаваемой натуральными хозяйствами. Так в III веке до нашей эры уже имел место обмен товаров между производителями и торговцами за пределами одного государства, что можно было наблюдать в древневосточных государствах Месопотамии.[5] Внешняя торговля способствовала тому, что в государство завозились все нужные товары, так, например, Индия была поставщиком хлопка, Иран – олова, лазурита и обсидиана, а Сирия – кедрового дерева.

Для регулирования международной торговли были необходимы некоторые правила, а значит и создание торгового права. В юридической литературе выделяют некоторые периоды формирования торгового права, первым из которых является итальянский. [6] Данный период охватывает промежуток времени, начиная с XI века и заканчивая первой половиной XV века. В это время ярко выражено господство сословных начал, а торговое

право выражается полностью в виде обычаев, которые имеют различия в зависимости от местности, на которой они применяются.

Такое название данный период получил за счёт того, что Италия тогда играла главную роль в формировании торговых обычаев. Поскольку торговля, в особенности международная, осуществлялась преимущественно за счёт морских перевозок, то хорошо приспособленные и обустроенные приморские города-порты Италии были в состоянии взять на себя основную нагрузку, благодаря чему сыграли большое значение. В то время Италия выполняла роль посредницы между странами Западной Европы и Азии, поэтому итальянские торговые обычаи получили широкое распространение и за пределами своей страны, и нередко осуществлялись в ущерб местным обычаям стран.

Вторым периодом стал французский, так как во второй половине XV века Франция встала во главе европейской цивилизации в результате открытия новых стран, протока золота, перехода к денежному хозяйству. Этот период продлился до середины XIX века и ознаменовался созданием Французского торгового кодекса, распространившегося во многих странах Европы, активно участвовавших в международной торговле.[7]

Помимо этого, в данный период зарождается такое течение как меркантилизм. В основу раннего меркантилизма легло стремление увеличить денежное богатство. Пика своего влияния на европейскую мысль данное направление достигло в XVI-XVII веках, когда было сосредоточено на благосостоянии нации. По мнению меркантилистов приобретение богатства, особенно в виде золота, играет первостепенное значение для национальной политики. [8] Торговая политика, продиктованная философией меркантилизма, заключалась в том, чтобы поощрять экспорт, препятствовать импорту и получать доходы в золоте от избытка экспорта.

Сильная реакция против меркантилистских взглядов начала формироваться к середине XVIII века. Во Франции экономисты, известные как физиократы, требовали свободы производства и торговли. Экономисты и бизнесмены высказались против чрезмерно высоких и часто запретительных таможенных пошлин и призвали к переговорам о торговых соглашениях с иностранными державами. Это изменение в отношениях привело к подписанию ряда соглашений.

Однако позднее во второй половине XIX века по всему западному миру получило распространение течение протекционизма. Но протекционистская политика последней четверти 19-го века была мягкой по сравнению с меркантилизмом.

Распространение международной торговли и развитие производства всё больше требовало создание соглашений для их регулирования, из-за чего в XX веке стали получать распространение договоры международной-купли продажи товаров.

В некоторой степени Договор международной купли-продажи можно считать подвидом Договора купли-продажи. Основным условием для признания договора купли-продажи международным является нахождение предприятий на территории разных государств. Благодаря заключению и исполнению этого договора осуществляется международный товарообмен, который является главной частью реализации внешней торговли стран, в том числе России.

Таким образом, история развития торговли, в особенности международной, представляет собой долгий путь, характеризующийся как экономическим ростом, так и экономическими спадами, перемещениями торговых центров. Международное торговое право складывалось исторически из торговых обычаев, затем стали заключаться двусторонние договоры, и лишь во второй половине XX века появилась тенденция к многостороннему регулированию.

Список литературы:

1. Веселкова Е.Е. Международно-правовое регулирование внешнеэкономических сделок // Адвокат. – 2014. – № 5. – С. 46-51.
2. Гужва, Е. Г. Мировая экономика: учебное пособие // Е. Г. Гужва, М. И. Лесная, А. В. Кондратьев, А. Н. Егоров; СПбГАСУ. – СПб., 2009. – 116 с.
3. Лунц Л.А. Внешнеторговая купля-продажа. Коллизионные вопросы – М.: Юрид. лит., 1972. – 104 с.
4. Мухина Ю.В. Значение Конвенции ООН о договорах международной купли-продажи товаров в современном мире // Вопросы российской юстиции. – 2020. – №6. – С. 178–191.
5. Никифоров В.А. К вопросу о периодизации этапов развития международного торгового права // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2008. – №4. – С. 82–90.
6. Никифоров В.А. Юридическая природа и тенденции формирования и развития сложноструктурных комплексов норм, регулирующих мировой торговый оборот // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2011. – №1. – С. 237–246.
7. Новицкий И.Б. Римское право: учебник – М.: КНОРУС, 2011. – 304 с.
8. Печурина Е.В. Договор купли-продажи: история и современность // Молодой исследователь Дона. – 2021. – № 1. – С. 90–93.
9. Римское частное право: учебник / коллектив авторов; под ред. И.Б. Новицкого, И.С. Перетерского. – М.: КНОРУС, 2016. – 608 с.

10. Сланов Г.Т., Цаликова М.Б. ЭВОЛЮЦИЯ ДОГОВОРА "КУПЛИ-ПРОДАЖИ" // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 1. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=12234> (дата обращения: 12.05.2022).
11. Сперанский Д.А. Договор купли-продажи: исторический и современный аспект // Вестник науки. – 2022. – №1 (46). – С. 165–168.
12. Типанов В.В. Эволюция международной торговли: различные временные горизонты, аспекты и тенденции // Финансы: теория и практика. – 2013. – №6 (78). – С. 98–111.
13. Balassa, Bela, Wonnacott, Paul, Allais, Maurice, Robinson, Romney and Bertrand, Trent J.. International trade [Электронный ресурс] – Encyclopedia Britannica. – 11.08.2020. – URL: <https://www.britannica.com/topic/international-trade> (дата обращения: 12.05.2022).
14. History of International Trade [Электронный ресурс] – URL: <https://www.managementstudyguide.com/history-of-international-trade.htm> (дата обращения 14.05.2022).

*Демидов Александр Иванович –
докт.хим. наук, профессор Высшей школы физики и технологий материалов, ФГАОУ
ВО СПбПУ (195251, г. Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29).*

*Калмыков Александр Викторович –
ведущий инженер Высшей школы физики и технологий материалов, ФГАОУ ВО
СПбПУ (195251, г. Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29)*

*Шевчук Виктор Кириллович –
канд. техн. наук, старший преподаватель Высшей школы физики и технологий
материалов, ФГАОУ ВО СПбПУ (195251, г. Санкт-Петербург, ул. Политехническая,
29).*

ХИМИЧЕСКОЕ МЕДНЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ СВИНЦОВО-ОЛОВЯННОГО СПЛАВА

Аннотация. При реставрации выполненных из медного сплава художественных изделий часто применяют пайку свинцово-оловянным припоем. Поверхность швов при этом требует дополнительной обработки с целью обеспечения ее внешнего вида идентично подвергаемым пайке участкам металла. Такая обработка состоит в нанесении медного покрытия с последующим патинированием. Гальваническое покрытие медью мест пайки связано с определенными технологическими трудностями, поэтому был разработан состав раствора для химического меднения поверхности свинцово-оловянного сплава. Состав содержал водный раствор сульфата меди, гидрокарбонат натрия и уксусную кислоту. Экспериментально подтверждено высокое качество сформированного и, в последствие, патинированного медного покрытия на припое с высоким содержанием свинца.

Annotation. When restoring art products made of copper alloy, soldering with lead-tin solder is often used. The surface of the seams in this case requires additional processing in order to ensure its appearance is identical to the areas of metal subjected to soldering. Such processing consists in applying a copper coating, followed by patination

Electroplating with copper of soldering points is associated with certain technological difficulties, therefore, a composition of a solution for chemical copper plating of the surface of a lead-tin alloy was developed. The composition contained an aqueous solution of copper sulfate, sodium bicarbonate and acetic acid. The high quality of the formed and, as a result, patinated copper coating on solder with a high lead content has been experimentally confirmed

Ключевые слова: химическое меднение, медный сплав, сульфат меди, гидрокарбонат натрия, уксусная кислота, патинирование, свинцово-оловянный припой.

Keywords: chemical copper plating, copper alloy, copper sulfate, sodium bicarbonate, acetic acid, patination, lead-tin solder.

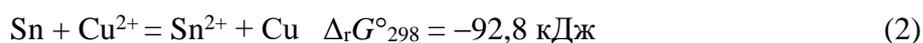
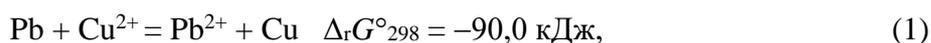
Открытие гальванопластики (Б.С. Якоби, 1837) [1] расширило технику медночеканной скульптуры, позволив вводить гальванопластические элементы в детали, требующие точного репродуцирования. Герцог Максимилиан Лейхтенбергский – зять Императора Николая I увидел большие возможности применения гальванопластики и основывал близ Нарвских ворот в Санкт-Петербурге гальванопластическое заведение [2]. Как отмечал герцог Лейхтенбергский: «Заведение имеет целью сделать первое в обширном размере приложение изобретенной в России гальванопластики и возвести ее на возможно высшую ступень совершенства в художественном и промышленном отношениях...» [2].

К превосходным образцам монументально-декоративной скульптуры, изготовленной в заведении герцога Лейхтенбергского, относится основная часть декоративных скульптур Исаакиевского собора, выдающегося памятника архитектуры XIX века.

Монументально-декоративная скульптура Исаакиевского собора в большинстве образцов представляет собой комбинированную скульптуру, изготовленную различной техникой: детали, требовавшие точного репродуцирования, головы, руки, гирлянды и светильники, выполнены гальванопластикой, а детали более грубые – из листовой меди и листового свинца [3]. Скульптуры монтировались комбинированным путем: гальванопластические детали скреплялись паянием свинцово-оловянным припоем, а детали из листового металла соединялись внутри скульптуры в фальц с прочеканкой наружных швов.

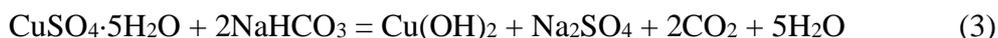
При реставрации витражей для соединения медных элементов конструкции также применяют пайку свинцово-оловянным припоем. Для придания изделию первоначального вида поверхности швов покрывают медью и патинируют под цвет старого изделия. Гальваническое покрытие медью мест пайки [4], в данном случае, связано с определенными технологическими трудностями, поэтому нами был разработан состав раствора для химического меднения поверхности свинцово-оловянного сплава.

При использовании в качестве раствора для химического меднения поверхности сплава водного раствора сульфата меди на поверхности припоя образовывался рыхлый осадок металлической меди. Термодинамические расчеты обменных реакций]:

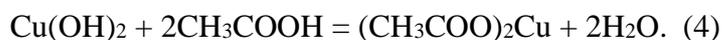


по данным [5, 6] свидетельствуют о том, что равновесия реакций (1) и (2) сдвинуты вправо в сторону образования меди. Рыхлый осадок меди на поверхности свинцово-оловянного сплава, по нашему мнению, связан с высокой активностью ионов меди в электролите. Для снижения активности ионов меди в электролите в водный раствор были введены

гидрокарбонат натрия в количестве несколько превышающем стехиометрическое его количество по реакции:



и избыток уксусной кислоты по отношению к её количеству, необходимому для протекания реакции:



Отдельные опыты проводили при замене NaHCO_3 на Na_2CO_3 .

Качество состава оценивалось сравнительно по результатам его нанесения на поверхность свинца или припоя методом натирания. В таблице 1 приведены составы некоторых апробированных растворов меднения, а также результаты измерения величины рН этих растворов.

Таблица 1. Составов растворов меднения

Компоненты	Массовое содержание, %		
	Состав (А): рН = 4,2	Состав (Б): рН = 7,2	Состав (В): рН = 3,3
Пентагидрат сульфата меди	7,1	7,1	7,1
Уксусная кислота	14,3	7,1	14,3
Гидрокарбонат натрия	7,2	14,4	-
Карбонат натрия	-	-	7,2
Вода	71,4	71,4	71,4
Итого:	100,0	100,0	100,0

Лучшие результаты как на чистом свинце, так и на припое были получены при использовании раствора (А). Состав (Б) с избытком гидрокарбоната натрия оказался непригоден для нанесения на припой, содержащий около 80% свинца. Состав (В) показал худшие, по сравнению с составом (А), результаты на чистом свинце, но при использовании его на припое внешний вид покрытия оказывался не хуже.

Химический состав используемого в работе припоя приведен в таблице 2.

Таблица 2. Химический состав припоя, используемого в работе

Элемент	Массовое содержание, %
Sn	15,94
Sb	0,18
Pb	83,88
Итого:	100,00

Результаты применения растровой сканирующей микроскопии (РСМ) для исследования поверхности образцов медного покрытия на припое указывали на то, что анализу подвергался как поверхностный слой меди, так и нижележащий слой припоя (таблица 3). Независимая оценка по результатам сравнения с образцовыми покрытиями известной толщины на металле позволила оценить толщину покрытия в пределах 0,5 – 1,5 мкм.

Таблица 3. Суммарный химический состав поверхностного слоя образца припой + покрытие медью, определенный методом РСМ

Элемент	Массовое содержание, %
Cu	26,40
Sn	10,41
Sb	0,12
Pb	63,07
Итого:	100,00

Сравнение химического состава чистого припоя (таблица 2) и, определённого РСМ суммарного химического состава слоя меди на его поверхности (таблица 3), свидетельствует о том, что содержание сурьмы по отношению к содержанию олова в припое (**0,0112**) с точностью около 3% соответствует подобному расчетному отношению для образца припоя с нанесенным медным покрытием (**0,0115**). Этот результат дополнительно подтверждает предположение о том, что при РСМ анализу подвергается не только поверхностный слой меди, но и нижележащий слой припоя.

Для иллюстрации применимости раствора меднения состава (А) были подготовлены специальные образцы. В качестве металла-основы использовали медь. Применяли тот же припой, химический состав которого представлен в таблице 2. Медный слой, сформированный химическим способом на поверхности припоя патинировали раствором

на основе сульфида натрия под цвет «старой» бронзы. На фото 1 приведены поверхности медных образцов на разных стадиях обработки.



Фото 1. Поверхности медных образцов: на разных стадиях обработки 1 – поверхность образца, покрытая припоем (снизу более толстый слой припоя), с последующей обработкой составом (А) и патинированием; 2- исходная поверхность медного образца; 3- патинированная поверхность медного образца; 4- образец с равномерно нанесенным слоем припоя.

Сравнение внешнего вида образцов (1) и (3) указывает на то, что патинированная поверхность медного покрытия сформированного химическим способом на достаточно толстом (более 0,5мм) слое припоя, практически идентична по цвету патинированной поверхности меди.

Выводы:

Предложен состав раствора для химического меднения элементов конструкций из свинцово-оловянного сплава и показано высокое качество сформированного патинированного медного покрытия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Демидов А.И. Электроход Б.С. Якоби // История и педагогика естествознания. 2017. № 4. С. 36-39.
2. Демидов А.И. Герцог Максимилиан Лейхтенбергский – пионер промышленной гальванопластики // История и педагогика естествознания. 2018. № 4. С. 12-14.
3. Одноралов Н. Гальванотехника в декоративном искусстве. Под ред. Е. И. Регира.– М.: Искусство, 1952. 207 с.
4. Одноралов Н.В. Декоративная отделка скульптуры и художественных изделий из металла: Учеб. пособие. – М. : Изобраз. искусство, 1989. 208 с.

5. Термические константы веществ: Справ. в 10-ти вып. Вып. 4, Ч. 1. / Отв. ред. акад. В.П. Глушко. – М.: ВИНТИ,1972. 509 с.
6. Термические константы веществ: Справ. в 10-ти вып. Вып. 6, Ч. 1. / Отв. ред. акад. В.П. Глушко. – М.: ВИНТИ,1970. 369 с.

*Сологуб Лилия Андреевна,
Магистр 1 курс, Высшая школа современных социальных наук
Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова
Россия, г. Москва*

ОТЛИЧИЕ ПОНИМАНИЯ ПРОГРЕССА П.Л. ЛАВРОВА ОТ «ФОРМУЛЫ ПРОГРЕССА» Н.К.МИХАЙЛОВСКОГО

Аннотация. В статье рассматривается понятие прогресса и его интерпретация русскими философами - П.Л. Лавровым и Н.К. Михайловским, а также выявлены основные различия во взглядах философов относительно значения прогресса, а также о способах его достижения. Подробно разобраны концепции каждого из представленных ученых, обозначены точки соприкосновения двух теорий.

Annotation. The article deals with the concept of progress and its interpretation by Russian philosophers - P.L. Lavrov and N.K. Mikhailovsky, and also revealed the main differences in the views of philosophers regarding the meaning of progress, as well as the ways to achieve it. The concepts of each of the presented scientists are analyzed in detail, the points of contact between the two theories are indicated.

Ключевые слова: прогресс, развитие, русская философия, теории прогресса, общественное развитие.

Key words: progress, development, Russian philosophy, theories of progress, social development.

Что есть прогресс? Почему понятие прогресса всегда интересовало ученых и зачем этому уделялось такое большое внимание? Как понимали прогресс одни их самых значимых русских мыслителей 19 века? В каких сферах они сходились, а где видели место для длительных дискуссий?

Тема прогресса поднималась на протяжении всего хода исторического процесса, начиная со времен Месопотамии. Уже тогда мы можем выявить факторы, по которым определим, насколько развитым было общество по меркам того времени. Так, Римская империя считается одним из самых развитых обществ во время своего расцвета - этот вывод

исходит из способности империи завоевывать другие общества, используя передовые технологии боя и другие военные хитрости.

Сегодня критерии измерения прогрессивности обществ несколько изменились. Социологи и экономисты признают большое количество различных рейтингов для измерения уровня развития стран. Уже традиционно страны делят по экономическим показателям ВВП и ВНП, разделяя их на развитых и развивающихся. Однако многие не согласны с таким делением - они предлагают использовать не количественные методы измерения развития определенной страны, а качественные. Так, индекс счастья направлен на изучение сразу всех сфер общественной жизни населения страны, что позволяет сделать более объективный вывод о ее развитии.

Однако, как мы знаем, качественные исследования не могут быть абсолютно объективными в силу субъективности как респондента, так и самого исследователя, что оставляет много вопросов к интерпретации данных исследований.

В текущий момент в условиях напряженной геополитической обстановки и эскалации военного конфликта в Украине многие российские мыслители начали говорить о пути России, о развитии или деградации страны. Серьезное санкционное влияние стран НАТО (и не только) на экономику России не может не отразиться на ее экономическом развитии. Насколько прогрессивно было решение начинать специальную военную операцию покажет лишь время, ведь кто-то говорит о конце однополярного мира, а кто-то о конце для России.

Подобная ситуация была и в 19 веке, где в обществе росло недовольство правящим императором (многочисленные попытки убийства Александра II, восстание Декабристов и др.). Именно в это время и начали писать свои работы основоположники российской социологической мысли - Петр Лаврович Лавров и Николай Константинович Михайловский. Они рассуждали на тему идеалов, нравственности и справедливости и не могли пройти мимо актуальной в ту эпоху темы общественного прогресса.

Обратимся к работам одного из первых революционно настроенных философов 19 века - Петра Лавровича Лаврова (1823-1900). Он был довольно яркой фигурой в кругах революционного народничества, ведь, несмотря на признание науки философии вредной и бесполезной, он продолжал преподавать этот предмет в университете, выражая одну из главных мыслей всех своих научных трудов в том, что одна из основных целей философии состоит в том, чтобы каждый индивид стал активно действующей личностью (уже здесь проскальзывают мысли о формировании гражданского общества). Он видел философию наукой не только теоретической и недостижимой, а вполне себе практической и удобной в формировании нового образа русской мысли. За такие вольные рассуждения в

преподавании и в своих публикациях после очередного покушения на Александра II Лавров был сослан “за преступный образ мыслей” .

После трех лет ссылки, философ уехал в Париж, где и написал одно из самых значимых произведений своей жизни - “Исторические письма”. Как раз в них он изложил центральные понятия своей философии: “цельной личности”, “прогресса”, “цивилизации” и “государства”. Свои рассуждения о понимании хода исторического процесса он начал с исследования субъекта познания и выявил, что трактовка хода истории и определенных исторических событий напрямую связана с личным теоретическим и практическим багажом исследователя. Другими словами, он решил использовать субъективный метод в своих социологических изысканиях вместо объективного с его материальным критерием развития цивилизаций.

Именно с такой позиции Петр Лаврович и хочет понять процесс общественного развития, а также то, “что называют прогрессом”. Он пишет, что «развитие личности в физическом, умственном и нравственном отношении; воплощение в общественных формах истины и справедливости - вот краткая формула, обнимающая, как мне кажется, все, что можно считать прогрессом; и прибавлю, что я в этой формуле не считаю ничего мне лично принадлежащим, более или менее ясно и полно высказанная, она лежит в сознании всех мыслителей последних веков, а в наше время становится ходячею истиною, повторяемою даже теми, кто действует несогласно с нею и желает совершенно иного». Развивая дальше мысль о развитии личности он выделяет физическое развитие, нравственное и умственное. Говоря о физическом развитии он подчеркивает необходимость наличия минимальных материальных и гигиенических удобств (если есть борьба за существование - значит нет времени заниматься развитием собственной личности, а значит, и нет прогресса). Что же касается нравственного развития личности, то Лавров уверен, что такое развитие возможно лишь в условиях мыслительной свободы, возможности развития самостоятельных утверждений и что “уважение достоинства чужой личности есть уважение собственного достоинства». Также упор делается ученым на обязательности наличия среды формирования положительного отношения к нестандартным и критичным взглядам на мир, поощрение развития нравственности каждого индивида. Разбирая особенности умственного развития личности философ делает упор на необходимость развития критического мышления у человека, так как это позволяет заниматься познанием в общем. Также в работах Лаврова отмечается, что “справедливость в своих результатах тождественна с стремлением к личной пользе” - ведь именно такие убеждения будут способствовать развитию личности.

Квинтэссенцией общественного прогресса может быть лишь развитие всех трех составляющих развития каждой личности в обществе. Также Петр Лаврович Лавров считал, что ученые и философы, несущие свои взгляды в мир в текущее время, должны понимать, что за такие возможности боролись многие века их предшественники (например, развитие медицины было затруднено в средние века, многих ученых того времени предали анафеме), поэтому нынешнее поколение должно понимать, какая ответственность лежит на них за качество знаний, которое ученые нашего времени должны генерировать. Лавров считал: “мое дело ограничивается одним простым правилом: живи сообразно тому идеалу, который ты сам себе поставил как идеал развитого человека!”.

Кто же “толкает” прогресс по мнению Лаврова? Философ уверен, что этим локомотивом выступает человеческая энергия, усилия критически мыслящих людей (почти как пассионарии у Гумилева). А тот, кто, по мнению Петра Лавровича, не стремится помочь прогрессу в его развитии (правда в таком, в каком этот человек сам понимает прогресс), тот сам идет против прогресса. Лавров делает вывод о том, что “необходимость участия в борьбе за прогресс является нравственным долгом личности, которая осознала смысл этого понятия”. Личность, решившая бороться за прогресс, должна понимать, что она является непосредственной частью общества, которое должно прогрессировать, то есть прогресс надо начинать с себя и группы своих единомышленников. А представление о прогрессе должно быть оговорено обязательно с этими единомышленниками, чтобы совместными усилиями приближаться к общей цели.

Таким образом, понимание прогресса Лавровым исходит из положения о том, что каждый человек должен развивать три стороны своей личности: физическую, нравственную и умственную с целью формирования общества истины и справедливости. Другими словами, чем больше в обществе уделяется внимание развитию личности, развитию свободы слова и возможности самовыражения - тем более прогрессивно данное общество.

Иной взгляд на прогресс был у другого известного российского мыслителя, одного из основателя социологической мысли в России - Николая Константиновича Михайловского (1842-1904). Михайловский в своих трудах исходил из мысли о возможностях развития сельского населения в новых для него городских условиях. Он писал, что “нравственно, справедливо, разумно и полезно только то, что уменьшает разнородность общества, усиливая тем самым разнородность его отдельных членов”. То есть в основе его идей лежали представления о справедливости внутри будущего российского общества, а также о равных возможностях развития каждого члена этого общества. Однако в отличие от

Лаврова Николай Константинович пошел несколько иным путем и использовал для своей аргументации “естественные теории” ученых.

Вспомним эволюционную теорию Ч. Дарвина, где он говорит о борьбе за выживание вида. Есть ли это прогресс? По мнению Михайловского, такое эволюционное развитие в общественном плане нельзя называть развитием, ведь это является угнетением незащищенных слоев населения. В обществе, где наиболее приспособленные пожинают все блага, произведенными угнетенными, не могут существовать личности, способствующие общественному прогрессу, то есть обладающие высоко-нравственными качествами. Также он говорил о том, что мир животных и растений с его эволюционной теорией не может объяснять общественное развитие, так как люди отличаются наличием прежде всего моральных и нравственных установок. В обществе нельзя позволить одним выживать за счет угнетения других, ведь это противоречит основным нормам права и морали - каждый человек заслуживает хорошего отношения и качества жизни. Свою теорию Михайловский называет “теорией борьбы за индивидуальность”, которая ведет к образованию идеальных типов личности. Можно подчеркнуть, что “теория борьбы за выживание” ведет к высокой степени развития (вида, общества), а вот “теория борьбы за индивидуальность” своей целью видит высокий тип развития.

Исходя из всего вышесказанного, логично сделать вывод, что само общество в своей высокой степени развития (пример: фашистская Германия) является главным врагом развития личности и его индивидуальности. Михайловский пишет: “самим процессом своего развития общество стремится подчинить и раздробить личность... превратить ее из индивида в орган”. Николай Константинович также признает наличие параллельно идущих процессов: развития общества и личности, один из которых в определенный момент времени одерживает верх (тоталитаризм после демократии и наоборот). Философ утверждал, что с развитием и усложнением общественной структуры формируются специализации индивидов, кругозор которых может существенно снижаться, а следовательно, ими будет весьма легко управлять и контролировать (что благотворно для общественного развития, но негативно для развития личности). Михайловский не просто отрицал эволюционное развитие общества, он лишь говорил о двух способах развития общества - эволюционном (где происходит борьба за выживание), или органическом, и прогрессивном, то есть надорганическим - где каждый человек становится ценностью общества, в котором он существует.

Так в чем же схожи и различны понимание прогресса у Лаврова и Михайловского? Оба философа уверены, что в основе критерии уровня прогресса лежит счастье каждого человека, правда в вопросах достижения этого счастья Лавров и Михайловских расходятся

в своих убеждениях. Так, Лавров критикует идею “формулы прогресса” Михайловского в своем труде “Формула прогресса Н.К. Михайловского” за его отрицание идеи разделения труда. По его мнению, одному человеку невозможно хорошо разбираться во всех сферах жизни, более того, каждый человек имеет способности в конкретных сферах труда, в которых он хочет реализовывать свой потенциал. Поэтому мысль о негативном влиянии разделения труда на уровень конформизма в обществе не может адекватно существовать в современном обществе. В своих выводах Лавров приходит к тому, что формула прогресса Михайловского это больше про регресс, а не про прогресс, так как развитие без специализации невозможно, так как каждое поколение будет похоже на предыдущее, развитие умственной стороны человека не будет прогрессивным. Теория Михайловского критиковалась как современниками исследователя, так и продолжателями изучения теории прогресса в России.

Таким образом, теории прогресса являлись одними из центральных в исследованиях русских философов 19 века. Идеи об идеальном обществе, о развитии личности были актуальны как никогда ранее. Уже в 19 веке на первое место в трудах выходили идеи о правах человека, о его достоинстве и способах развития потенциала людей.

Проблема личности, которая проходит сквозь творчество и труды всех русских исследователей, также является центральной в проблеме изучения прогресса. Оба философа указывают на важность развития личностных качеств каждой личности как непосредственной составляющей единого общества. Общественный прогресс для русских мыслителей это в первую очередь благополучие каждого члена общества, однако пути достижения этого благополучия у каждого различны: Лавров является приверженцем революционного подхода, а Михайловский - надорганического, который должен продолжаться не одну сотню лет.

Использованная литература:

1. *Кукушкина Е.И.* Русская социология XIX - начала XX в. - М.,1994. С.117-124, С107-116;
2. *Лавров П.Л.* «Исторические письма» // Лавров П.Л. Философия и социология. Избр.произв. в 2-х тт. М., 1965. Т.2.;
3. *Михайловский Н.К.* Что такое прогресс? – М., 2016
4. Лавров П.Л. Философия и социология. Избранные произведения в двух томах. М.: Мысль, 1965. Т. 2, с. 246 - 247.
5. Михайловский Н.К. Герои и толпа. Избранные труды по социологии в двух томах. Спб.: Алтейя, 1998. Т.1, с. 139

6. Мишинева А. К. "теория прогресса" П. Л. Лаврова и "формула прогресса" Н. К. Михайловского // Вестник МГТУ. 2008. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-progressa-p-l-lavrova-i-formula-progressa-n-k-mihaylovskogo> (дата обращения: 10.05.2022).

*Бушуева Виолетта Олеговна, студент
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени
И. Т. Трубилина», г. Краснодар*

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТОВЫХ РЕШЕНИЙ В АРХИТЕКТУРЕ НА ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. При проектном решении строений нужно в первую очередь уделять внимание их цветовому оформлению и всеобщей композиции. Нужно сторониться монотонности форм, следует избегать создавать неповторимые контуры зданий. Формы и цвета при решении фасадов также воздействуют на эмоциональное состояние человека. Архитектура зданий оказывает крупное влияние на психику человека. Бедность цветовой гаммы и недостаток особенности в постройках негативно влияет на людей и погружают в депрессивное состояние.

Annotation. When designing buildings, it is necessary first of all to pay attention to their color design and general composition. it is necessary to avoid monotony of forms, it is necessary to create unique contours of buildings. Shapes and colors when solving facades also affect the emotional state of a person. The architecture of buildings has a major impact on the human psyche. The poverty of the color scheme and the lack of features in buildings negatively affects people and plunge them into a depressive state.

Ключевые слова: цветовое решение, цвет, здание, эмоциональное состояние, психология.

Keywords: color scheme, color, building, emotional state, psychology.

1. Цвет в архитектуре.

Цвет в архитектуре бесконечно важен. В наши дни архитекторы для проектирования вдобавок обдумывают психологию цвета. взаимозависимость производительности человека и цвета исследовал французский доктор Ферре. Самым благополучным для короткой работы выявился красный свет, а при синем производительность падала. Для долгой работы наилучшим выявился зелёный свет, фиолетовый уменьшал производительность в разы.

Любой цвет по-своему воздействует на настроение и состояние людей:

– оранжевый и красный активизируют нервную систему, могут увеличить давление и сердечный ритм, подобные тона зачастую предпочитают для коммерческих строений и развлекательных центров; жёлтый активизирует работу мозга и поднимает настроение; синий цвет утомляет и расслабит; серый — промежуточный и безразличный, следовательно сможет вызвать меланхолию; чёрный — противоречивый цвет, может вызвать чувство опасности и чувство печали, с иной стороны — это цвет силы и элегантности; белый — цвет лёгкости, но может быть знаком одиночества и холода; зелёный помогает сбросить утомление с глаз и благополучно воздействует на нервную систему.

Учёные Техаса заметили, что больные скорее выздоравливают в палатах с окнами с видом на зелень.

В Нью-Йорке, Берлине и Мумбаи учёные лаборатории BMW Guggenheim измеряли с помощью трекеров реакции людей на различные элементы муниципальной среды: зелёные зоны, перекрёстки, безликие строения и сооружения с непростыми фасадами.

Мной был проведен опрос, среди жителей моего города, в результате которого, я могу сделать вывод, что более расслабленными люди ощущают себя в зелёных зонах, а здания со сложными занимательными фасадами инициируют у нас позитивное чувственное возбуждение. Серые монолитные постройки подавляют и заставляют нас скучать. Людям требуется зрительная сложность, для того, чтобы ощущать себя хорошо.

2. Цвет и человек.

Воздействие цветовой палитры на самочувствие человека представляется вдобавок одной важной проблемой.

Любой цвет, на мой взгляд, располагает своим определенным воздействием, воздействием на человека. Путем данного воздействия и отношения человека к цветам возможно установить психологию цвета. Отклонение какой-нибудь расцветки указывает на испытание боязни перед его действием на человеческие чувства. А выбор некоторого цвета напротив демонстрирует человеческую симпатию, чувство доверия и защищенности. Цветовые предпочтения зависят от многих причин. Среди них возможно назвать возраст, пол, уровень образования, специфики характера и др. Например, яркие цвета предпочитают людьми с крепкой психикой, среди них - дети, молодежь, а еще искренние натуры. Смешанные, сложные цвета инициируют спорные эмоции. Эти цвета предпочитают людьми с тонкой нервной организацией, порой с довольно вымотанной нервной системой.

3. Психология основных цветов.

Разберем психологию красного цвета. Стимулирует, снабжает безгранично сильной, но достаточно жесткой энергией, способствует активности, уверенности. В больших объемах может стимулировать ярость, гнев. Красный инициирует угрозу, по данной причине предметы, предписывающие угрожающую опасность, окрашивают в красный цвет. Тот человек, который отклоняет красный колер, как несимпатичный, легко раздражается, чувствует страх, переживания, телесное и нервное истощение. Предпочтительность к красному цвету означает: твердость в себе, стремление к действию, высказывание о своих силах и возможностях.

Вслед рассматриваем эмоциональную характеристику синего цвета и его оттенков. В первую очередь, это успокаивающий цвет, который способствует телесному и умственному расслаблению, делающий атмосферу безопасности и доверия. Голубой колер считается колером креативности, его зачастую рекомендуют для учебных аудиторий и кабинетов. Бирюзовый колер содействует общению. Темно – синий инициирует покой. При рассматривании темно – синего цвета приходит вегетативное успокоение. Пульс, давление крови, частота дыхания снижаются. Организм готовится к отдыху.

Фиолетовый колер сопряжен с артистизмом, гениальными идеями. Он способствует вдохновению, состраданию. В фиолетовом цвете замечается расположение к мрачно-меланхолической серьезности и тоскливому настроению.

Зеленый – самый спокойный цвет из существующих, он не имеет веяния радости, печали, страсти.

Желтый тон – тон будущего; – легкий, сияющий, а поэтому – согревающий. В своей наружной чистоте он всегда веет природой чего-то светлого, ему присущи радость, бодрость.

Белый – позитивный цвет, заключающий в себя все цвета спектра.

Белый колер соотносится с духовностью. Психологи и доктора зачастую прибегают к помощи белого тона в работе с пациентами. Он заряжает энергией и очищает.

Черный – как конечный пункт темноты. Это не цвет, ибо что черный поглощает свет. Он является противоположностью белого цвета и играет большую значимость в нашей жизни. Уравновешивает белый цвет. Соотносится с бесконечностью, с женской жизненной силой. Но может препятствовать изменениям. Черный дарит чувство личного совершенства и власти, однако, может стать преградой в межличностных отношениях.

4. Цвет в интерьере.

Французский доктор Ферре установил, что при работе, которая рассчитана на короткий срок, эффективность труда возрастает при красном свете, а при синем – снижается. При длительном занятии, росту производительности труда содействует зеленый

свет, а индиго и фиолетовый понижают ее. Эти исследования относятся, первоначально, к физическому труду, однако их результаты подобает учитывать и при интеллектуальном труде.

Рекомендовано окрашивать в синий цвет и голубые тона помещения и оборудование, где имеется внушительное выделение тепла и где множество шума. Предостерегает от развития утомления рациональное освещение залов и рабочих мест художественное оформление интерьера зала, красивая и удобная форма.

Рациональная окраска учебных помещений и оборудования может обеспечить рост производительности труда и эффективность учебной деятельности. Бесспорно, окраска стен в помещении не должна носить гнетущий вид, который способен усилить тревогу и волнение. Вестибюли, холлы, залы, кабинеты становятся более приветливы и уютны, когда их оживляют произведения изобразительного искусства. Художественно выполненные и умело подобранные по тематике картины способны поднять настроение, сделать его оптимистичным, снизить внутреннее напряжение.

Белый в интерьере: если вы хотите чувствовать себя в белой комнате хорошо, нужно разбавить белый цвет предметами других красок. Не рекомендуется использование белого цвета для детских комнат.

Желтый цвет незаменим, когда хочется создать атмосферу для интеллектуальной работы.

Зеленый цвет приносит с собой частичку природы в наш дом. Зеленый во всех его проявлениях и оттенках хорош для любых помещений. Оттенок зеленого яблока или лайма скорее окажет стимулирующее воздействие на человеческий организм.

Заключение

В заключении можно сделать вывод о том, что нынешние сооружения оказывают неблагоприятное влияние на организм человека, на его чувственное состояние. Однообразность жилых домов воздействует на людей угнетающе.

Воздействие цвета в современном городе тоже играет значительную роль. Всякий цвет имеет свою психологию и проявляет разное влияние на человека. В вопросах благоприятности эмоционального состояния не стоит забывать и об озеленении территорий, освещении, а также размещении жилых помещений с учетом наибольшей свободы перемещения.

Список литературы:

1. *Передельский, Л.В.* Строительная экология / *Л.В. Передельский, О.Е. Приходченко.* — Москва: Феникс, 2003. — 320 с.

2. *Колин Эллард* Среда обитания: Как архитектура влияет на наше поведение и самочувствие / Альпина Паблишер, Канада, 2015. -
3. *Туфляк, И.С., Бушуева В.О.* **Влияние архитектуры на поведение человека.** Сборник статей по материалам 77-й научно-практической конференции студентов по итогам НИР за 2021 год. Часть1/ Красноадр, КубГАУ 2022

УДК 1

Соболева Мария Евгеньевна
Ведущий юрисконсульт ООО «МедБизнесСервис»
Россия, г. Москва

АНОМИЯ – СОСТОЯНИЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению понятия аномии и ее роли в жизнедеятельности и реакций социума на происходящие изменения в социальной, политической, культурной сфере с учетом проработанности и изысканий данной тематики в психологии. Отмечается специфика поведенческих реакций на внешние факторные обстоятельства. Приводятся теоретические обоснования положительных и отрицательных последствий данного феномена.

Summary. The article is devoted to the consideration of the concept of anomie and its role in the life and reactions of society to the ongoing changes in the social, political, cultural sphere, taking into account the elaboration and research of this topic in psychology. The specificity of behavioral reactions to external factorial circumstances is noted. Theoretical substantiations of positive and negative consequences of this phenomenon are given.

Ключевые слова: аномия, общество, принятие себя человеком

Keywords: anomie, society, self-acceptance by a person

Лишь очень немногие живут сегодняшним днем,
большинство готовится жить позднее.
Джонатан Свифт

Кризисные явления в обществе сменяются периодами ослабления реакций на происходящие события в политической, социальной, общественной жизнедеятельности социума. Рост научно-технического процесса, процессы глобализации играют роль разъединения и установления полярности мира, двойных стандартов, что создает общественную напряженность в различных сферах человеческой деятельности: образование, здравоохранение, семейные отношения и др.

Под АНОМИЕЙ обозначают кризисное состояние общества, когда значительная его часть сознательно нарушает известные нормы и права. Такой процесс связан с радикальными изменениями в жизнеустройстве, когда старые традиционные формы разрушены или утратили актуальность, а новые еще не созданы или большинство людей их не признали.

Аномия возрастает, когда, с одной стороны, экономические ценности и цели доминируют над неэкономическими ценностями, с другой стороны, ослаблены неэкономические институты, и они не в состоянии обеспечить законные пути достижения целей для общества. Отношения между различными институтами не являются статичными, сила их взаимодействий изменяется со временем. Таким образом, расширение влияния институтов семьи или государства может уравновесить доминирование экономических ценностей и уменьшить уровень аномии. Ненормативным регулированием выступают также сложившиеся традиции, нормы этики и морали.

Таким образом, для соблюдения принципа равновесия в социальном устройстве и сосуществовании человека различные институты, ценностные ориентации, этические направления могут в части смягчать реакции в ситуации возникающий и сопутствующих социум кризисов (военные действия, пандемии, санкции и др.).

В указанном ниже Перечне № 1 обобщены риски опрощения картины мира и коллапса сложностей в условиях различных кризисов.

Риски опрощения картины мира и коллапса сложности в условиях кризиса

- генерализация стереотипов;
- доминирование оппозиций «свои-чужие», «они-мы»;
- стигматизация *других* социальных, этнических и конфессиональных групп;
- преобладание этноцентризма и этнофаворитизма;
- конструирование образа жертвы как атакующего врага;
- трансформация «восприятия человека человеком» в «восприятие человека не-человеком»;
- расцвет конспирологии и «охоты на ведьм»;
- эффект «группомыслия» и «фейкового импринтинга»

Перечень № 1

Первый из этих рисков — риск генерализации стереотипов. Когда мы видим мир других людей через призму стереотипов, мы не только оказываемся психологически слепы

к восприятию иных социальных групп, но и теряем самих себя как личность, способную воспринимать сложность мира.

Второй риск — доминирование оппозиций: мир становится черно-белым, делится на своих и чужих. Эта бинарная оппозиция особенно проявляется в стигматизации других социальных групп и отдельных личностей, она проявляется в приписывании другим людям различных постыдных качеств.

Кризисные явления отражают картину противодействия, противопоставления разных социальных групп, в том числе по актуальным направлениям жизнеобеспечения и целостности общества и государства: отношение к биобезопасности, генетическим исследованиям, цифровизации многих процессов при которых человек становится не нужным для реализации процессов, так как не требуется обратная коммуникативная связь, что больше погружает человека в сторону потребления предлагаемых ресурсов и услуг.

Можно констатировать, что заявляется опасность переизбыточной привязанности к информационному пространству, когда человек начинает делать всё только с помощью технологий, а не своего мозга.

Аномия также проявляется и в социальных аспектах: низком уровне доходов, невостребованности на рынке труда, отсутствии возможности самоидентификации и самовыражения, что ведет к социальной отчужденности.

Человеку удобнее делать выбор в сторону конформного, инфантильного поведения, играть роль страдающего от непонимания этого мира и нереализованности своих способностей, которых никто не хочет замечать. Жизнь и её качество, стремление к сохранению здоровья и активному долголетию становится в один ряд с иными материальными благами, доступными человеку, а сам человек становится единицей в статистическом изменении.

При этом, тема смерти табуирована в современном обществе. Несмотря на то, что смерть ждет каждого человека, современным обществом она отодвигается на задворки сознания – для того, чтобы не пугать современного человека и не мешать ему наслаждаться жизнью. Присходит нечно странное: в средствах массовой информации не стыдятся показывать расчленённые бандитами трупы, взорванные террористами города, окровавленных жертв автотрагедий, что собственно и есть смерть. Но при этом говорить об этом в обществе не принято.

Политические решения, также определяют векторы влияния и реакций жизни социума в военном, экономическом сегментах. Интересным являются закономерности, выявляемые при наличии санкционного давления:

Директор Центра исследований производительности НИУ ВШЭ И. Воскобойников выделил следующие закономерности при исследовании опыта других стран, испытавших на себе санкционное давление:

-санкционный кризис наносит ущерб подсанкционной экономике вне зависимости от того, достигаются ли политические цели;

-опыт Ирана показал, что импортозамещение как естественная реакция подсанкционной экономики ведет к снижению производительности производства, поскольку ухудшается конкурентоспособность предприятий на рынке, растут издержки, сокращаются продажи. Как следствие -увеличиваются риски безработицы. Такая ситуация характерна для высокотехнологичных производств;

-санкции усиливают неравенство и бедность, нанося тяжелый удар по незащищенным слоям населения, в то время как благосостояние обеспеченных может даже расти. Изоляция страны через санкции снижает ее «прозрачность», и внутри этой зоны могут усиливаться нарушения прав человека. На современном этапе государство должно повысить эффективность распределения ресурсов, обеспечив конкурентную среду, рыночное ценообразование и поддержку предпринимательской инициативы.

Аномия -сущность человеческого бытия, поиска нормативного знаменателя, ведь человек – это же огромная сила! Это же мощь! Это же Бог в миниатюре! Это же страшное существо! Оно все что угрожающе может сдвинуть с мертвой точки. Если в нем идут правильные процессы, если он правильно форматируется, то мы получаем творца, а если нет – то разрушителя.

Аномия в личностном измерении проявляет себя достаточно противоречиво: с одной стороны, она затрудняет процессы адаптации к быстро меняющемуся социально-историческому контексту, что приводит к кумулятивному эффекту (негативные проявления нарастают по принципу «снежного кома»), а с другой – отклоняющиеся от нормы явления воспринимаются многими как социально одобряемые, более того – как возможность успешной интеграции в социум. Возникает ситуация, когда аномичное поведение становится в такие периоды фактором, во многом детерминирующим вектор жизненных устремлений. В результате подобной инволюции, или подмены понятий, происходит смещение акцентов: норма замещается псевдонормой, справедливость – псевдосправедливостью, истина – ложью и т. д. Следование квазинравственным установкам обрекает общество и индивида на саморазрушение и деградацию, а значит, делает возможности социального предвидения, в том числе и в вопросах преодоления последствий аномии, достаточно призрачными.

Важно осознавать, что человек изменяя условия своего существования, сам также имеет резервы и ресурсы для изменения и построения нового мира, с учетом, что человек, как программируемый биокомпьютер на самом деле содержит в своем сознании (и подсознании) не одну «картину мира и себя в мире», а одновременно несколько альтернативных картин мира. Одна из них связана с пессимистическим сценарием (в ней «бабло побеждает добро»), а другая — с оптимистическим. Есть еще и третья, и четвертая. Они загружаются в «оперативную память» (актуальное сознание) человеческого мозга из долговременной памяти и быстро сменяют друг друга в зависимости от ситуации. Кому-то покажется, что это «шизофреническая модель человека» (допускающая множественность каждой человеческой личности). Но современные компьютеры показывают нам, как это происходит: загрузка различных операционных систем (ОС) из долговременной памяти.

Поэтому мы должны верить, что в какой-то момент люди поймут, что это в значительной степени зависит не только от внешних обстоятельств, но и от них самих: какую ОС они актуализируют в своей актуальной рабочей памяти. Если они актуализируют такую ОС, такую картину мира, в которой взаимная враждебность не позволяет ни о чем договориться мирным путем, то будет именно так — истребительная тотальная война.

Но если они актуализируют такую ОС, в основе которой лежит «аксиоматическое допущение», сформулированное во всех мировых религиях: «В каждом человеке есть искра Божья, то есть интуитивное стремление к Справедливости, к Красоте, к Добру», то в этом случае мгновенно у людей появится договороспособность.

Переживание неопределенности обусловлено *появлением смыслового разрыва между требованием настоящей ситуации и ресурсами прошлого опыта*, при котором человек перестает усматривать и/или конструировать аналогии между настоящим и прошлым опытом (как в жизненных кризисах). Имеющийся опыт мыслится недостаточным или не подходящим для кажущихся новыми обстоятельств. Совладание с ними требует их самостоятельного *смыслового доопределения и/или переопределения*, а следовательно, использования возможных стратегий *уклонения* от привычных парадигм, выхода из автоматизмов восприятия, акцентирования неявных признаков событий, анализа и опоры на мнения меньшинства и т.д. Так для современного человека возникает необходимость постоянного *«сканирования жизненного горизонта»*, позволяющего временно преодолевать «тревожность бытия».

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что аномия явление постоянное, как и человеческая сущность, в какое время бы ни жил человек в веках истории. Главное у человека есть ресурсность переносить и учиться жить в новых им же самим и созданным реалиях.

Литература

1. АНОМИЯ. Корпоративный юрист № 2, февраль 2021г. режим доступа <https://e.korporist.ru/869063>, дата обращения 21 июля 2022г.
2. АНОМИЯ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫВ. А. Кузьменков DOI 10.18413/2712-746X-2020-45-1-31-41 НОМОТНЕТКА: Философия. Социология. Право 2020. Том 45, № 1, с. 36
3. А. Асмолов: Как не расчеловечиться в бесчеловечное время, режим доступа https://psy.su/feed/10070/?utm_campaign=news&utm_medium=mail&utm_source=%D0%9F%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%BF%D0%B8%D1%81%D1%87%D0%B8%D0%BA%D0%B8&utm_content=, дата обращения 20 июля 2022г.
4. Ковальчук назвал главную новую угрозу человечеству, режим доступа <https://iz.ru/1350458/2022-06-16/kovalchuk-nazval-glavnuiu-novuiu-ugrozu-dlia-chelovechestvu>, дата обращения 07 августа 2022г.
5. Смирнов Ф. А., ПОНЯТИЕ АНОМИИ В СОЦИОЛОГИИ Э. ДЮРКГЕЙМА, с. 314 Молодой исследователь: от идеи к проекту : материалы V студенческой научно-практической конференции / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации ; ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет» ; отв. ред. Д. А. Михеева. — Йошкар-Ола, 2021. — 622 с.
6. **Ткачев, Андрей (протоиерей).** Наше время. Зачем мы рождаемся /Протоиерей Ткачев Андрей. – Москва: Эксмо, 2019. – 320с. – (Книги протоиерея Андрея Ткачева), с. 289
7. Эксперты ВШЭ оценили влияние санкций на ВВП России. Опыт и ошибки других стран. РБК № 72(3565) 03.06.2022г. С.6
8. **Андреева О.** Великанов П. прот. Я в поисках смысла. – М.: Никая, 2015. – 224с. (Открытый разговор журналиста и священника) с. 202-203.
9. АНОМИЯ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН М.Д. Напсо Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки, 2017, № 3 (47), с. 69
10. **А. Шмелев:** «Непросто осознать, что миролюбивых людей больше!», режим доступа https://psy.su/feed/10107/?utm_campaign=news&utm_medium=mail&utm_source=%D0%9F%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%BF%D0%B8%D1%81%D1%87%D0%B8%D0%BA%D0%B8&utm_content=, дата обращения 07.08.2022г.
11. Сапогова Е.А. «Текущий субъект» в поисках устойчивой идентичности, режим доступа https://psy.su/feed/10116/?utm_campaign=news&utm_medium=mail&utm_source=%D0%9F%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%BF%D0%B8%D1%81%D1%87%D0%B8%D0%BA%D0%B8&utm_content=

УДК 81-114

Уразова Лилия Мирхадовна

студент

Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал) ФГБОУ ВО

«Тюменский государственный университет»

Россия, г. Тобольск

ЛЕКСИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОИЗВЕДЕНИЯ «КАПИТАНСКАЯ ДОЧКА»

А.С. ПУШКИНА

Аннотация. В статье приведен лексический анализ произведения «Капитанская дочка». Рассмотрена лексика активного и пассивного запаса, фразеология произведения, функции употребленных слов и выражений, приведены примеры.

Abstract. The article presents a lexical analysis of the work "The Captain's Daughter". The vocabulary of the active and passive stock, the phraseology of the work, the functions of the words and expressions used are considered, examples are given.

Ключевые слова: лексика, историзм, неологизм, архаизм, фразеологизм.

Keywords: vocabulary, historicism, neologism, archaism, phraseology.

Лексика активного и пассивного запаса

Словарный запас общенародного языка можно разделить на две большие группы: слова активного и пассивного запаса.

Словами активного словарного запаса являются слова, которые понятны всем людям, говорящим на данном языке, которые повседневно употребляются в жизни. Такие слова лишены признаков устарелости.

К пассивному словарному запасу относятся слова, которые имеют ярко выраженную окраску устарелости или же наоборот – в силу своей новизны еще не стали повседневно употребительными в речи.

Лексика пассивного запаса делится на устаревшие (историзмы и архаизмы) и новые (неологизмы, окказионализмы).

Историзмы - слова, которые совсем вышли из употребления, в связи с тем, что исчезли предметы, понятия, которые их обозначали. Историзмы можно разделить на некоторые группы: предметы одежды, оружие, денежные единицы, титулы и чины,

должностные лица, названия административных единиц или исторических явлений и другие.

В произведении присутствуют историзмы:

- 1) «При сих словах он взял стакан, перекрестился и выпил одним духом. Потом поклонился мне и воротился на **полати**»

ПОЛАТИ, -ей (устар.). В избе: нары для спанья, устраиваемые под потолком между печью и стеной. II прил. полатный, -ая, -ое.

Толковый словарь Ожегова, 2003

Тип - название предмета исчезнувшего быта.

Функция – воссоздает колорит эпохи в произведении.

- 2) «"Далече ли до крепости?" – спросил я у своего **ямщика**»

ЯМЩИК. -а, м. Возница на ямских лошадях, а также вообще возница. II прил. ямщицкий, -ая, -ое.

Толковый словарь Ожегова, 2003

Тип - название лиц по роду их занятий.

Функция - воссоздает колорит эпохи в произведении.

Данные слова являются историзмами, потому как предметы, которые они обозначают – исчезли. Сейчас возницы заменились автомобилями (исчезло понятие ямщик), спальное место в нынешнее время – кровать, диван и т.д. (исчезло понятие полати), предмет одежды, как армяк также исчезло (нет крестьян, одежда воспроизводится из других материалов).

Архаизмы – слова, которое означают какое-либо понятие или явление, которое в настоящее время имеется, но называются уже другими словами по тем или иным причинам. По типу архаизмы делятся на три группы: лексические, лексико-словообразовательные, лексико-фонетические. Архаизмы в тексте:

- 1.) «Он вас **побранил**, а вы его выругайте; он вас в рыло, а вы его в ухо, в другое, в третье – и разойдитесь...»

БРАНИТЬ, браню, бранишь, несов., кого-что за что. Резко порицать, выговаривать кому-н., ругать.

Толковый словарь Ушакова, 2012

Тип – лексический архаизм.

Функция – создания речевой характеристики героя определенного социального положения.

Синоним из современного русского языка – поругать, ругать.

2.) «Меня лечил полковой цирюльник, ибо в крепости другого *лекаря* не было, и, слава богу, не умничал»

ЛЕКАРЬ, -я, мн. -и, -ей и (устар.) -я, -ей, м. То же, что врач(устар.), а также вообще тот, кто лечит (разг. шутил.). Уездный л.

Толковый словарь Ожегова, 2003

Тип – лексический архаизм.

Функция - создание реалистического колорита при изображении старины.

Синоним из современного русского языка – врач, доктор.

Неологизмы - это слова или словосочетания, которые не так давно появились в языке. Со временем слова «приживаются», входят в ежедневное употребление, и они перестают восприниматься как что-то новое и необычное.

Окказионализмы – слова, которые создаёт один автор в рамках одного своего произведения (такие слова иногда называют авторскими словами). Такие слова в последующем, с течением времени могут стать общеупотребительными.

Неологизмы и окказионализмы в произведении отсутствуют.

Вышеперечисленные слова вводятся в произведение с такими целями, как: придать речи торжественной окраски, выразительности; окунуть в эпоху произведения.

Фразеологизмы

Фразеологизмы – устойчивые сочетания слов, которые делают нашу речь более выразительной, яркой, выражают наше отношение к чему-либо, часто равны по значению одному слову (синониму) или предложению.

По классификации В.В. Виноградова фразеологизмы можно разделить на три группы (по степени семантической слитности):

1. Фразеологические сращения – неделимые устойчивые единицы, значение которых не выводится из значения компонентов, которые его составляют.
2. Фразеологические единства – такие единицы мотивированы и заключенный в них смысл понятен.
3. Фразеологические сочетания – единицы, целостный смысл которых складывается из частных значений его компонентов

В произведении фразеологические единицы являются частым явлением. Приведу примеры:

- 1.) «...»*держат в ежовых рукавицах*»... Что такое ешovy рукавиц?»

ДЕРЖАТЬ В ЕЖОВЫХ РУКАВИЦАХ кого. Держать кого-л. в строгом повиновении, очень строго и сурово обходиться с кем-л.

Словарь русской фразеологии, Мокиенко, 1998

По классификации В.В. Виноградова данный фразеологизм относится к фразеологическим единствам.

- 2.) «*Час от часу не легче!* – подумал я про себя, – к чему послужило мне то, что еще в утробе матери я был уже гвардии сержантом!»

ЧАС ОТ ЧАСУ [НЕ ЛЕГЧЕ]. Ежечасно, с каждым часом.

Словарь русской фразеологии, Мокиенко, 1998

По классификации В.В. Виноградова данный фразеологизм относится к фразеологическим единствам.

- 3.) «...и готовым за всякую безделицу *сажать* меня под арест *на хлеб и на воду*»

ПОСАДИТЬ НА ХЛЕБ И [НА] ВОДУ кого. Наказывать ограничением пищи, голодом; лишать пищи в наказание за что-л.

Словарь русской фразеологии, Мокиенко, 1998

По классификации В.В. Виноградова данный фразеологизм относится к фразеологическим единствам.

Функция фразеологизмов в произведении – придание красочности, яркости, они делают текст выразительным и стилистически значимым, потому как фразеологизмы не только указывают на предметы, но и дают им оценочное суждение.

Литература

1. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. СПб. –М. 2008г. В 3 т. – 812 с.
2. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000г. – 1209 с.
3. Бирих А. К., Мокиенко В. М., Степанова Л. И. Русская фразеология. Историко-этимологический словарь / Под ред. В. М. Мокиенко. — 3-е изд. — М. : АСТ; Астрель; Хранитель, 2007. — 926 с.
4. Ермакова Е.Н. Преобразовательные возможности современного русского языка: окказиональные и потенциальные слова и фразеологизмы / Е.Н. Ермакова//ВестникЧГПУ. – 2012. – № 3. – С. 286–293.

*Соловьев Виталий Александрович,
Студент 3 курс, факультет «Инновационный менеджмент»
Казанский (Приволжский) федеральный университет,
Россия, г.Набережные Челны*

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА
ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ АОР «МД
НП «КРАСНАЯ ЗВЕЗДА»**

Аннотация: Совершенствование системы управления персоналом на предприятии в современных условиях имеет большое практическое значение, поскольку через улучшение условий труда и разработку эффективной системы управления персоналом можно улучшить и повысить экономические показатели предприятия. Основная часть жизнедеятельности людей протекает в организованной трудовой деятельности и поэтому управление персоналом предприятия становится особо значимым фактором, оказывающим непосредственное воздействие на процессы формирования и развития личностного потенциала персонала, который обеспечивает его реализацию и разрешает целый спектр адаптационных проблем адаптации к внешним условиям. От того, насколько грамотно проводится управление персоналом, зависит успех функционирования предприятия и определяется резерв экономического роста. К имеющемуся экономическому подходу в разрешении кадровых проблем предприятия присоединяется социальный и организационный подходы. В итоге возникает потребность в переосмыслении содержания отдельных исходных положений и действующей практики кадровой системы управления.

S u m m a r y . Improving the personnel management system at the enterprise in modern conditions is of great practical importance, since through the improvement of working conditions and the development of an effective personnel management system, it is possible to improve and increase the economic performance of the enterprise. The main part of people's life activity takes place in organized labor activity and therefore personnel management of an enterprise becomes a particularly significant factor that has a direct impact on the processes of formation and development of the personal potential of personnel, which ensures its implementation and solves a whole range of adaptive problems of adaptation to external conditions. The success of the operation of the enterprise depends on how competently the personnel management is carried out and the reserve of economic growth is determined. The social and organizational approaches are added to the existing economic approach in solving the personnel problems of the enterprise. As

a result, there is a need to rethink the content of individual initial provisions and the current practice of the personnel management system.

Ключевые слова: персонал, системы управления персоналом, кадровая политика, совершенствование, квалификационный потенциал, рабочая сила, кадровое планирование.

Key words: personnel, personnel management systems, personnel policy, improvement, qualification potential, workforce, personnel planning.

Управление персоналом считается одним из важнейших направлений деятельности любого предприятия, которое способно значительно повысить эффективность деятельности хозяйствующего субъекта. В современных условиях жесткой конкуренции каждый экономический агент вынужден приспосабливаться к рыночным условиям, в то время как рыночные условия постоянно меняются, выдвигая новые требования к его бизнес-процессам. Исходя из этого, возрастает важность управления персоналом, развитие которого должно быть непрерывным для лучшего понимания и владения текущей рыночной экономической ситуацией [4].

Система управления персоналом (СУП) представляет собой комплекс мероприятий, технологий, процедур работы с кадрами. Система управления персоналом включает в себя следующие направления (рисунок 1).

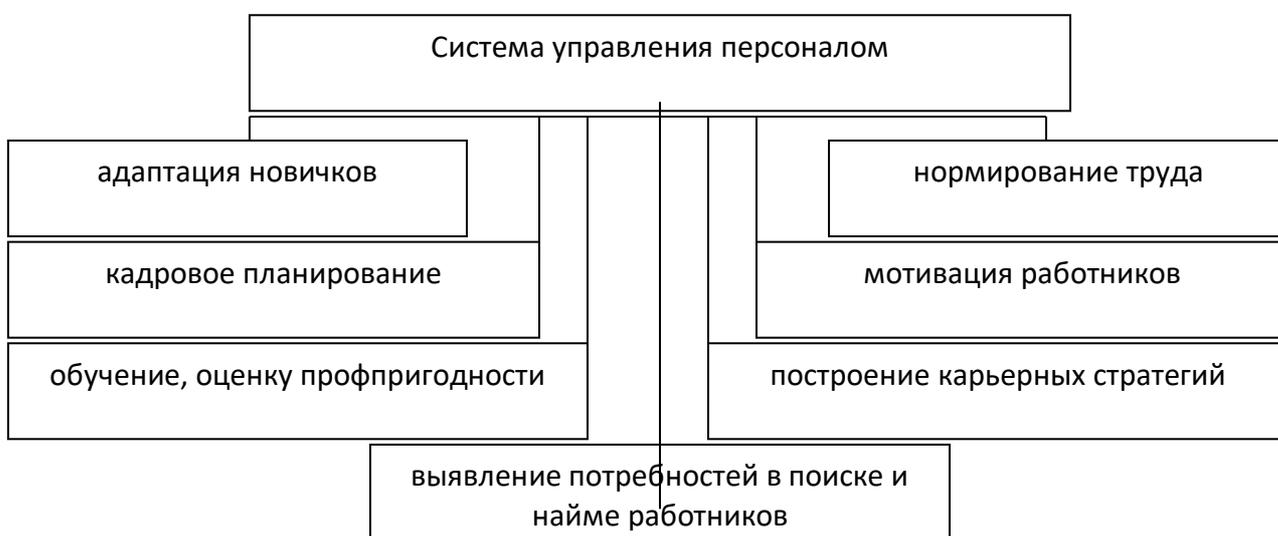


Рис. 1. Система управления персоналом

Управление персоналом прочно занимает ведущие позиции в общей системе управления и АОР «МД НП «Красная Звезда», которое в 2027 году будет отмечать свое столетие. Свои стратегические планы АОР «МД НП «Красная Звезда» разрабатывает на основании концепции развития лесопромышленного комплекса Удмуртской республики, а именно предусматривает ежегодный рост объемов деревообрабатывающего производства, расширение глубокой переработки древесины с целью вовлечения в переработку

мелкотоварной, низкокачественной и мягколиственной древесины, улучшение качества готовой продукции, путем внедрения современных технологий заготовки и переработки древесины, роста производительности труда [1].

Миссия управления персоналом АОР «МД НП «Красная Звезда» – максимальное использование личностного потенциала каждого работника, формирование эффективного коллектива, способного обеспечить получение прибыли. Трудовой договор АОР «МД НП «Красная Звезда» содержит все необходимые разделы, которые необходимы для создания трудового договора: общие положения, оплата труда, рабочее время и время отдыха, права и обязанности работника, права и обязанности работодателя, прочие условия.

Система управления персоналом изложена в кадровой политике АОР «МД НП «Красная Звезда», главным объектом которой является персонал (кадры). Основной целью кадровой политики АОР «МД НП «Красная Звезда» считается полное использование квалификационного потенциала персонала.

К основным задачам кадровой политики АОР «МД НП «Красная Звезда» можно отнести следующее (рисунок 2).



Рисунок 2 – Основные задачи кадровой политики АОР «МД НП «Красная Звезда»

При выборе направлений осуществления кадровой политики должны максимально учитываться все факторы внешней и внутренней среды предприятия.

По степени открытости кадровую политику в АОР «МД НП «Красная Звезда» можно назвать закрытой, так как хозяйство ориентируется на включение нового персонала только с низшего должностного уровня, а замещение происходит в основном из числа опытных работников предприятия, доказавших свою преданность предприятию. Это в основном происходит потому, что АОР «МД НП «Красная Звезда» в полной мере обеспечено трудовыми ресурсами. Также кадровую политику АОР «МД НП «Красная Звезда» можно

назвать реактивной, так как руководство предприятия осуществляет контроль за симптомами негативного состояния в работе с персоналом, причинами и ситуацией развития кризиса: возникновение конфликтных ситуаций, отсутствие достаточно квалифицированной рабочей силы для решения стоящих задач, отсутствие мотивации к высокопродуктивному труду. Руководство АОР «МД НП «Красная Звезда» предпринимает меры по локализации кризиса, ориентировано на понимание причин, которые привели к возникновению кадровых проблем.

Правильно налаженный процесс адаптации персонала в АОР «МД НП «Красная Звезда» дает возможность преодолеть новичкам неуверенность в отношениях с коллегами и руководством, поддерживать хороший климат в коллективе, минимизировать текучку персонала [3].

Кадровая политика АОР "МД НП "Красная Звезда" основана на принципе, что работодатель и работник должны нести взаимную ответственность. Таким образом, к основным принципам кадровой политики АОР "МД НП "Красная Звезда" относится принцип научной организации подбора и расстановки персонала, позволяющий учитывать общие и специальные способности, личные и деловые качества сотрудника, принцип подчиненности целям и задачам стоящий перед АОР "МД НП "Красная Звезда" в определенные периоды его развития принцип постоянной заботы о руководящем персонале, обеспечивающий постоянное пополнение руководящего состава свежими силами, принцип соблюдения законности в области кадровой работы на всех уровнях организационной структуры АОР "МД НП "Красная Звезда", принцип использования труда персонала в соответствии с его квалификацией и специальной подготовкой.

АОР "МД НП "Красная Звезда" выделяет значительные средства на обучение своих работников необходимым специальностям, а также ежегодно направляет до пяти человек на обучение в различные институты страны с целью получения высшего образования. Кадровая политика АОР "МД НП "Красная Звезда" направлена на стимулирование, поощрение, создание условий для профессионального совершенствования, продвижение по службе квалифицированных, преданных своему делу специалистов АОР "МД НП "Красная Звезда".

АОР "МД НП "Красная Звезда" использует сдельную и повременную системы оплаты. Сдельная оплата труда применяется на рабочих местах со стабильным уровнем нагрузки, в частности, на тех, кто обслуживает станки. Повременная оплата труда используется на рабочих местах, где невозможно организовать равномерно загруженный рабочий процесс, в основном при погрузочно-разгрузочных работах. Инженерно-технический персонал и служащие получают фиксированную заработную плату, то есть

оклад. На всех рабочих местах применяется дополнительная выплата в виде прогрессивного вознаграждения – процент от базовой заработной платы. Кроме того, в зависимости от выполнения плана предприятием в целом работникам начисляются дополнительные выплаты, которые учитывают как уровень участия каждого сотрудника в выполнении плана, так и качество выполняемой им работы. Размеры этих выплат утверждаются специальным положением.

АОР "МД НП "Красная Звезда" имеет развитую социальную сферу. Создавая условия для высокопроизводительной работы, руководство в первую очередь заботится о здоровье своих сотрудников. Имеется современный лечебно-профилактический центр, компания следит за культурой производства, стремится создать благоприятный микроклимат на рабочем месте. Также проводится системная работа по созданию условий для регулярных занятий спортом и физкультурой.

Единственным недостатком в системе управления персоналом является отсутствие оперативного плана работы с персоналом, позволяющий обосновать комплекс оперативных действий в области управления персоналом АОР «МД НП «Красная Звезда». Оперативный план работы с персоналом - комплекс кадровых мероприятий, направленных на реализацию конкретных целей организации и каждого работника и охватывающих планирование всех видов работ с персоналом в организации. В связи с этим для совершенствования системы управления персоналом необходимо разработать оперативный план работы с персоналом для АОР «МД НП «Красная Звезда».

Для разработки оперативного плана работы с персоналом необходимо собрать следующие данные:

- 1) о постоянном составе персонала (имя, отчество, фамилия, место жительства, возраст, время поступления на работу и т.д.);
- 2) о структуре персонала (квалификационная, половозрастная и др. структуры; удельный вес инвалидов, удельный вес рабочих, служащих, квалифицированных рабочих и т.д.);
- 3) о текучести кадров;
- 4) о потере времени в результате простоев, по болезни;
- 5) о продолжительности рабочего дня (полностью или частично занятые, работающие в одну, несколько смен или ночную смену, продолжительность отпусков);
- 6) о зарплате работающих и служащих (структура зарплаты, дополнительная заработная плата, надбавки, оплата по тарифу и сверх тарифа);
- 7) об услугах социального характера, предоставляемых государством и правовыми организациями (расходы на социальные нужды, выделяемые в соответствии с законами,

тарифными договорами, добровольно).

При изучении трудового договора ярко выраженных недостатков обнаружено не было. Единственное, необходимо внести несколько дополнительных разделов, в частности указание испытательного срока и правила наставничества новых членов коллектива [2].

Таким образом, система управления персоналом занимает ведущее место в системе управления АОР «МД НП «Красная Звезда», и считается основным критерием его экономического успеха. АОР «МД НП «Красная Звезда» проводится зарытая кадровая политика, которая характеризуется ориентированием на включение нового персонала только с низшего должностного уровня, а замещение происходит только из числа сотрудников АОР «МД НП «Красная Звезда», на обучение и повышение квалификации персонала затрачиваются большие ресурсы, из-за этого не выгодно принимать людей «с улицы». Данная ситуация сложилась в следствии того что в Удмуртской республике нет учебных заведений обучающих работе на деревоперерабатывающих станках. Целями кадровой политики АОР «МД НП «Красная Звезда» считаются удовлетворение потребности в человеческих ресурсах, максимальное применение личностного потенциала каждого работника и рост качественного уровня персонала.

Литература

- 1.ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ АОР «МД НП «Красная Звезда» // redstar-udm.ru.
- 2.Верна, В.В. Управление персоналом организации как основополагающий фактор ее устойчивого развития / В.В. Верна // Успехи современной науки. – 2019. – № 1. – С. 171-172.
- 3.Дегтяренко, Е.А. Управление персоналом как ключевая роль в развитии бизнеса предприятия / Е.А. Дегтяренко, Д.О. Труфанова, В.И. Рой // Новая наука: Стратегии и векторы развития. – 2018. – № 4. – С. 71-72.
- 4.Маслов Е.В. Управление персоналом: технология и идеология / Е.В. Маслов // Организационная психология. – 2018. – №8. – С. 12-13.
5. Артюхова И.В. Совершенствование системы управления персоналом в рамках развития предприятия / И.В. Артюхова, И.В. Мезенцева // Экономика. – 2019. – № 1. – С. 396 - 397.
6. Степанова, С.М. О некоторых аспектах создания мотивационного механизма в трудовой деятельности / С.М. Степанова, Е.С. Мальцева, Т.А. Родермель // Экономические науки. – 2019. – № 2. – С. 87 – 88.

*Прокопюк Юлия Николаевна
студентка Международно-правового факультета
МГИМО (У) МИД РФ
Россия, г. Москва*

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. Статья посвящена вопросам экологического налогообложения, необходимости их инкорпорации в налоговую систему Российской Федерации. В статье рассматривается классификация экологических налогов, а также классификация налогов, закрепленный в Налоговом кодексе Российской Федерации, которые могут быть отнесены к экологическим. Выявлены тенденции и перспективы развития экологического налогообложения в России.

Annotation. The article is devoted to the issues of environmental taxation and the necessity of incorporation of the environmental taxes into the Russian tax system. The article discusses the classification of environmental taxes, classification of taxes, enshrined in the Tax Code of the Russian Federation, that can be classified as environmental. The trends and prospects for the development of environmental taxation in Russia are revealed.

Ключевые слова: экологическое налогообложение, экология, налоги, экологический сбор, утилизационный сбор, энергетические налоги, транспортный налог, платежи за загрязнения, платежи за размещение отходов, платежи за пользование природными ресурсами.

Keywords: environmental taxation, ecology, taxes, ecological dues, recycling fee, energy taxes, transport taxes, tax on emissions, tax on waste, royalty.

Эксперты ООН по охране окружающей среды опубликовали исследование, в котором говорится о взаимосвязи между изменением окружающей среды с растущими случаями передачи вирусов от животных к человеку (зоонозные заболевания), что, в частности, являлось причиной пандемии вируса COVID-19.

Уровень загрязнения воздуха и воды достиг своего исторического максимума. Согласно данным Всемирной организации здравоохранения («ВОЗ»), загрязнение окружающей среды ведет к росту различных видов вирусных заболеваний. Правительства многих современных государств на протяжении долгого времени крайне озабочены этой проблемой. Одним из эффективных методов уменьшения негативного влияния на окружающую среду и аккумуляции дополнительных финансовых средств, направленных на улучшение экологической обстановки, является введение экологических налогов.

Экологические налоги - это налоги, связанные с охраной окружающей среды. Экологические налоги законодательно закреплены во всех странах Европейского союза.

В научной литературе экологические налоги подразделяются на следующие виды:

- энергетические налоги ([англ. energy taxes](#)): на моторное топливо; на энергетическое топливо; на электроэнергию;
- транспортные налоги ([англ. transport taxes](#)): налоги на пройденные километры; ежегодный налог с владельца; акцизы при покупке нового или подержанного автомобиля;
- платежи за загрязнения ([англ. tax on emissions](#)): платежи за эмиссию загрязняющих веществ в атмосферу; выбросы в водные бассейны; выбросы углекислого газа и других вредных веществ ([хлорфторуглеродов](#), [оксидов серы](#) и [азота](#), [свинца и др.](#)); выбросы веществ, вызывающих глобальные изменения в окружающей среде (такие, как повреждение [озонового слоя](#));
- платежи за размещение отходов ([англ. tax on waste](#)): данные платежи включают платежи за размещение отходов на свалках и их переработку и налоги на ряд специальных продуктов (упаковка, батарейки, шины, смазочные масла и т. п.);
- платежи за пользование природными ресурсами ([англ. royalty](#)).

В России «экологический налог» прямо в Налоговом кодексе Российской Федерации (далее – «НК РФ») не закреплен, однако, некоторые налоги, закрепленные в НК РФ, с теоретической точки зрения, подпадают под характеристики, присущие экологическому налогу.

Следующие федеральные налоги теоретически могут быть отнесены к категории экологических (ст. 13 НК РФ):

- НДПИ – налог на добычу полезных ископаемых - уплачивается за осуществление добычи природных ресурсов, например нефти или угля, которые являются исчерпываемыми;
- Водный налог – платится за забор воды и использование водных объектов, что также вносит дисбаланс в экологическую обстановку в связи с ограниченностью водных ресурсов;
- Сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов- данный сбор представляет собой своего рода компенсацию природе за причиненный урон в результате охоты, ловли животных или водных обитателей

Следующие местные налоги могут быть отнесены к категории экологических (ст. 15 НК РФ):

- Земельный налог – уплачивается за пользование земельными объектами, на которых расположены различные постройки, наносящие вред поверхностным почвам.

Следующие региональные налоги могут быть отнесены к категории экологических (ст. 14 НК РФ):

- Транспортный налог – устанавливается НК и законами субъектов РФ. Вводя этот налог органы субъекта определяют ставку налога в пределах, установленных НК. Ставки, предусмотренные ст.361 могут быть уменьшены, но не более чем в 10 раз. Министерство финансов Российской Федерации в своем пояснении указало, что установление дифференцированных ставок по транспортному налогу с учетом экологического класса транспортного средства находится в компетенции законодательных органов субъекта РФ.

Согласно пп.15 п.1 ст.4 Закона о транспортном налоге города Москвы от 09.07.2008 (с изменениями от 11.11.2020), от уплаты налога освобождаются лица, имеющие транспортные средства, оснащенные исключительно электрическими двигателями, - в отношении указанных транспортных средств, зарегистрированных на этих лиц. (Пункт дополнительно включен с 1 января 2020 года [Законом города Москвы от 20 ноября 2019 года N 29](#)).

В сентябре 2020 года был продан 91 электроавтомобиль, в то время как в сентябре 2019 года всего лишь 21. Больше всего электроавтомобилей в России зарегистрировано на территории города Москвы. Логично предположить, что значительный рост спроса на электроавтомобили (почти в 5 раз) был вызван в том числе изменениями Закона города Москвы «О транспортном налоге». Данный пример подтверждает, что фискальное регулирование является весомым аргументом при выборе экологического класса автомобиля.

В 2018 году Министерство финансов РФ подготовило проект, по которому в НК РФ планировалось включить новые налоги и сборы: экологический налог, утилизационный сбор, сбор за пользование автомобильными дорогами, налог на операторов сети общего пользования и гостиничный сбор. С 1 января 2020 года положения об экологическом налоге должны были быть внесены в НК РФ, однако данные изменения внесены не были.

Экологическим сбором предполагалось облагать: выброс в атмосферный воздух загрязняющих веществ стационарными источниками; сброс загрязняющих веществ в водные объекты; размещение отходов производства и потребления всех классов опасности. Налоговую базу планировалось определять самостоятельно по каждому объекту

Утилизационным сбором предполагалось облагать: товары и упаковку товаров, подлежащих утилизации после утраты ими потребительских свойств; упаковку для товаров в упаковке, используемых в качестве сырья, комплектующих изделий или полуфабрикатов при производстве других товаров; транспортные средства из установленного перечня, ввозимые на территорию РФ или произведенные в РФ.

По мнению Минфина России введение экологического налога не повлечет увеличения налоговой нагрузки, поскольку экологический налог заменит собой экологический сбор, который в настоящее время уплачивается за негативное воздействие на окружающую среду. Это обусловлено тем, что при разработке новых подходов к регулированию неналоговых платежей было принято решение включить в Налоговый кодекс РФ платежи, близкие по своей природе к налогам и сборам; при замене экологического сбора на экологический налог его ставка не должна измениться

Защита экологии - одно из приоритетных направлений политики развитых государств. Актуальным в данном контексте является введение экологических налогов. В Российской Федерации постепенно формируется нормативно-правовая база, регулирующая экологическое налогообложение. Решение о введении экологических налогов и сборов, их законодательное закрепление представляется крайне перспективным и необходимым.

Литература и источники

1. Предотвращение следующей пандемии. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.unenvironment.org/ru/resources/report/preventing-future-zoonotic-disease-outbreaks-protecting-environment-animals-and> (дата обращения 03.03.2022).
2. Причину пандемии коронавируса призвали искать в деятельности человека. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4407131> (дата обращения 03.03.2022).
3. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 №146-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1998. – N 31. – ст. 3824.
4. Письмо Минфина России от 11.03.2020 №03-05-06-04/18156.
5. Солнышкова Юлия Николаевна Развитие экологического налогообложения в российской Федерации // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2017. №2 (66). – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-ekologicheskogo-nalogooblozheniya-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 10.03.2022).
6. В России резко подскочили продажи электромобилей. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://motor.ru/news/evs-rus-19-10-2020.htm> (дата обращения 03.03.2022).

*Новосильцева Т.Н.,
магистрант,
Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург*

ЭТИМОЛОГИЯ И СЕМАНТИКА СЛОВА "HYPE" НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО КОРПУСА СОСА

Аннотация: В статье рассматриваются и анализируются результаты поиска слова «hype» в англоязычном корпусе СОСА. Благодаря большой функциональности корпусного поиска, на основе запросов можно сделать выводы не только о лингвистических особенностях слова, но и о жанровых, стилистических и семантических. По результатам поиска по источникам можно определить жанровую принадлежность слова «hype» к публицистическому стилю. В особенности данное слово используется в спортивных новостях. При поиске коллокаций со словом «hype», можно сделать вывод о негативной коннотации слова в связи с коллокатами слова, которые описывают хаос и истерию. В результате можно сделать вывод о том, что слово «hype» имеет значение искусственно интереса, создаваемого СМИ.

Abstract: The article discusses and analyzes the results of the search for the word "hype" in the English-language corpus COCA. Due to the large functionality of corpus search, based on queries, it is possible to draw conclusions not only about the linguistic features of the word, but also about genre, stylistic and semantic ones. Based on the results of a search for sources, it is possible to determine the genre of the word "hype" as publicistic. In particular, this word is used in sports news. When searching for collocations with the word "hype", we can conclude about the negative connotation of the word in connection with the collocations of the word that describe chaos and hysteria. As a result, it can be concluded that the word "hype" has the meaning of artificially created interest in the media.

Ключевые слова: hype, ажиотаж, корпус, коллокация, корпусная лингвистика

Keywords: hype, hysteria, corpus, collocation, corpus linguistics

Согласно В. П. Захарову, корпус - это большой, представленный в электронном виде, унифицированный, структурированный, размеченный, филологически компетентный массив языковых данных, предназначенный для решения конкретных лингвистических задач [1, с.5]. Корпус характеризуется такими критериями как сбалансированность и

репрезентативность [2, с.13]. Под сбалансированностью понимается пропорциональное представление в корпусе материалов различных исторических периодов, авторов, жанров и т.д. Это значит, что корпус содержит, насколько это возможно, все виды письменных и устных текстов на данном языке, и все эти тексты включены в корпус в максимально возможной степени, соответствующей их значимости. [4]. Под репрезентативностью понимается возможность распространения представления о корпусе на язык или его часть [3].

Помимо лингвистической информации, корпуса также часто содержат аннотацию и разметку для более глубокого анализа информации и проведения исследований лексики и грамматики языка. К первичной разметке относятся токенизация, приведение словоформы к словарной форме (лемматизация) и морфологический анализ [6]. Благодаря развитию компьютерных технологий, процесс обработки текстов значительно ускоряется.

СОСА

Для выполнения исследования был выбран корпус СОСА: Corpus of Contemporary American English. СОСА – это электронный корпус текстов, созданный профессором корпусной лингвистики Марком Дэвисом в начале 2000х на основе статей в журнале Time, написанных с 1923 года. Корпус современного американского английского языка (СОСА) является одним из наиболее широко используемых английских корпусов и связан со многими другими английскими корпусами.

Корпус содержит более миллиарда слов текста (более 25 миллионов слов на каждый год с 1990 по 2019 год). Корпус содержит 8 жанров: разговорная речь, художественная литература, журналы, газеты, академические тексты, субтитры к ТВ и фильмам, блоги и другие веб-страницы.

Интерфейс корпусного менеджера достаточно прост в использовании. Щелкнув на любую из ссылок в форме поиска слева, можно получить контекстную справку и просмотреть диапазон запросов, предлагаемых корпусом. Можно обратить особое внимание на сравнение между жанрами и годами и виртуальными корпусами, которые позволяют создавать персонализированные коллекции текстов, относящихся к определенной области интереса. Функциональность СОСА включает анализ текстов по слову или фразе, коллокациям, синонимам, частоте по жанрам или стилю. Также корпус позволяет загрузить список наиболее употребимых лем, коллокаций или n-грамм.

Исследование

Для анализа было выбрано слово «хуре» (ажитоаж) в связи с его популярностью в русском языке. Задачей данного исследования является определение этимологии и семантики слова и его основных контекстов.

В своем основном значении, «хуре» – это ситуации, в которых что-то рекламируется и обсуждается в газетах, на телевидении и т. д. для того, чтобы привлечь всеобщий интерес. Слово «хуре» имеет долгую историю использования в качестве сленга в США, изменяя при этом свое значение. Предположительно возникло в 1925-30 как сокращение от «hyperbole»

Результаты простого поиска

По результатам простого запроса по слово «хуре», оно употребляется в корпусе 2810 раза вне зависимости от жанра или контекста. На рис.1 представлены 17 первых найденных конкордансов.

The screenshot shows the search results for the word "hype" in the Corpus of Contemporary American English. The interface includes a search bar, navigation tabs (SEARCH, FREQUENCY, CONTEXT, HELP), and a list of 17 concordance entries. Each entry consists of a row number, year (2017), magazine (MAG), source name, and a snippet of text containing the word "hype".

Row	Year	MAG	Source	Snippet
1	2017	MAG	Scientific American	4192645 # After all the hype for Tanner Gentry and how well he's been performing at practice how much of
2	2017	MAG	TechCrunch	the devices weren't available online until February of 2017, at which point the hype had died down and the holiday season was far behind. # Spiegel didn
3	2017	MAG	ESPN	were rival gods of the original professionalized esports back in its heyday, and the hype level was off the charts for this semifinal elimination match. # The
4	2017	MAG	The Verge	promising, but the Korean company's another repeat offender when it comes to building hype with its engineering nous and then letting people down wi
5	2017	MAG	The Verge	other to the death. Whenever they appear in the same episode, the Cleganebowl hype ratchets up, and with both brothers meeting face to face in " The C
6	2017	MAG	Mother Jones	, 48-mile journey. # An employee brandishing a wireless microphone -- the canal's hype man -- leads the crowd in a series of cheers, his voice as bombast
7	2017	MAG	TechCrunch	uncertain environment is perfect for scammers, or what Matt Levine calls " hucksters and hype and bubbles and disaster. " Without organizations like the
8	2017	MAG	Hollywood Reporter	Targaryen. Then again, at the same time, the show is building up hype toward a reveal the audience already largely knows, even if the characters most di
9	2017	MAG	Mashable	finale? # Sometimes Game of Thrones theories are less theory and more straight up hype . And, in one case, the hype is just too real. #
10	2017	MAG	Mashable	less theory and more straight up hype. And, in one case, the hype is just too real. # Cleganebowl is a prediction that has stayed with the
11	2017	MAG	Mashable	make Cleganebowl happen, Gretchen. But what do we say to the god of hype death? Not today. # Cleganebowl will be a fight to melt your eyes
12	2017	MAG	Gizmodo	thing when there is already a crowded field of solid devices? After months of hype , we've finally had the chance to try the device, albeit, only
13	2017	MAG	Gizmodo	5.7-inch screen and a titanium and ceramic body. Why is there so much hype ? # See the section on Andy Rubin above. But if you need more
14	2017	MAG	Bleacher Report	become a truly global brand. # So did the pay-per-view live up to its hype ? Absolutely not, thanks to a whole bunch of gimmicky, screwball finishes.
15	2017	MAG	TechCrunch	4181402 A big contrast between the hype about good deeds and the realities. # A chimney stack at a coal-fueled power
16	2017	MAG	Mother Jones	temperatures will require massive government spending and regulation. # " There's so much hype about corporate good deeds, corporations will save us
17	2017	MAG	Business Insider	higher interest rates.REUTERS/Arnd Wiegmann # Bank of America isn't living up to its self-generated hype , and investors are making the bank pay. # The

Рисунок 1 – конкорданс слова «хуре»

Жанровое и временное употребление слова «хуре»

Проанализируем употребляемость слова по источникам. На рис.2 представлено распределение частоты встречаемости заданного слова в различных жанрах и на различных временных промежутках. Чаще всего слово «хуре» встречается в газетах и чуть реже в журналах, так же, как и слово «ажитоаж» в русском языке. Таким образом, можно сделать вывод о принадлежности слова к публицистическому стилю.

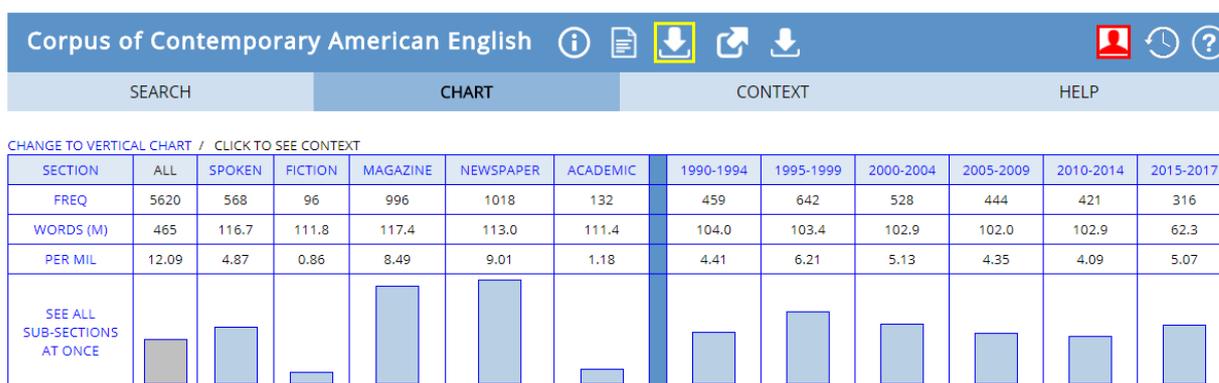


Рисунок 2 – статистика по жанрам и временным периодам

Согласно рис.3, по сфере употребления данное слово чаще всего используется в спортивной лексике. Следующей по популярности идет сфера развлечений.

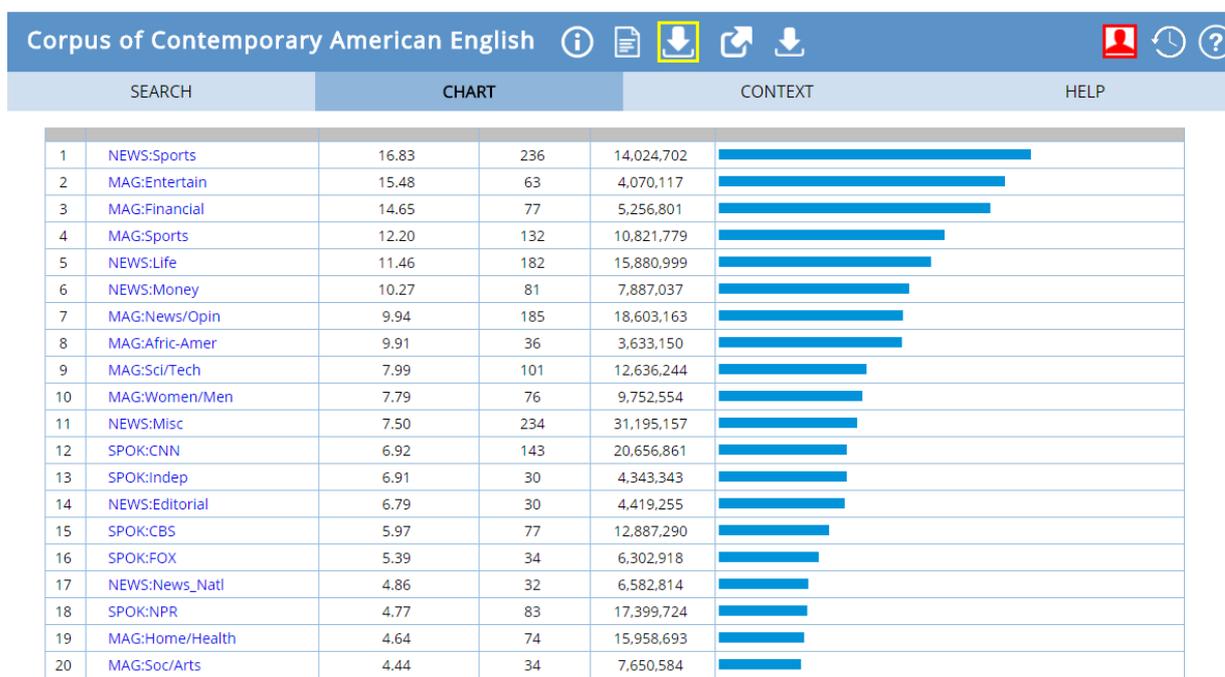


Рисунок 3 – статистика по источникам

На рис.4 можно видеть необычное распределение по годам. Пик популярности в использовании данного слова приходился на 1999 год, следующим по популярности идет уже 2017 год. Начиная с 2009 года, когда слово было употреблено наименьшее количество раз, слово стремительно набирало популярность.

Results for [HYPE]
Click on a column heading to re-sort

Click on any section to see the word in context

	SECTION NAME	# PER MILLION	# TOKENS	# WORDS	
1	1999	7.73	162	20,965,840	
2	2017	7.34	156	21,244,181	
3	1995	6.86	143	20,852,326	
4	2001	6.07	122	20,111,307	
5	2000	6.06	126	20,781,660	
6	1996	5.96	122	20,480,345	
7	1994	5.52	116	21,029,640	
8	2012	5.48	112	21,422,161	
9	1997	5.28	108	20,448,508	
10	1998	5.17	107	20,700,173	
11	1992	5.15	107	20,765,317	
12	2008	4.79	96	20,052,195	
13	2002	4.69	96	20,455,712	
14	2006	4.67	97	20,779,220	
15	2007	4.62	94	20,339,671	
16	2005	4.57	95	20,779,368	
17	2003	4.47	93	20,825,770	

Рисунок 4 – употребление слова «hype» по годам

Контексты слова «hype»

На рис.5 представлен конкордасный список (Key Word In Context) по заданному слову. По контексту слева можно заметить различные упоминания интернета и новостей (media, advertising, social network), а в контексте справа зачастую через союз «and» приводятся синонимы данного слова (chaos, hoopla, hysteria), придающие слову более выразительное значение. По коллокамтам с обеих сторон можно сделать вывод о негативной коннотации слова, как связанного с хаосом, создаваемым интернет источниками.

CLICK FOR MORE CONTEXT		[?]	SAVE LIST	CHOOSE LIST	-----	CREATE NEW LIST	[?]	SHOW DUPLICATES
1	2015 SPOK	Fox: The Five	A	B	C	What happened? PERINO# Well, there was a lot of hype about him leading up to his announcement, and then I do		
2	1999 SPOK	CNN_King	A	B	C	n't really say much more than that. So their whole hype about it I think was more distressing than anything else. It		
3	2003 MAG	Money	A	B	C	Century, born on Jan. 21, 2000, when the hype about new Economy stocks was at its height; by the fall		
4	2009 NEWS	USAToday	A	B	C	, saying it's time to "step back from the hype about social networks" and look at the question from a compute		
5	1994 MAG	Inc.	A	B	C	"**25;2734;TOOLONG # There's a lot of misinformation and hype about technology. How can average businesspeople teach		
6	1994 NEWS	SanFranChron	A	B	C	# THE REAL TRAGEDY # Editor -- Despite all the media hype about the taller superstar, "the real tragedy of the		
7	2006 SPOK	CNN_Showbiz	A	B	C	. MATTHEW-FELLING-C: Coming out of the weekend with all the hype about Snakes on a Plane, "and then the first		
8	1994 NEWS	Chicago	A	B	C	of repose and contemplation. # Tourist brochures nowadays hype adventure but sometimes excitement is n't what you are looking		
9	1998 MAG	MotherJones	A	B	C	by sheen and buzz, and by the frenzy of coevolutionary hype and advertising that surrounded it. If a television was on,		
10	2003 MAG	USCatholic	A	B	C	cause and nature of the protest is easily lost in the hype and chaos Justin Kenner Frostburg, Md. # # People		
11	2000 NEWS	WashPost	A	B	C	when they get into trouble. " she observed. # Hype and Credibility # Roughly 25 percent to 30 percent of all		
12	1994 ACAD	ArtsEduc	A	B	C	are the ones who have broken through the narrowness and the hype and have grown up into a completion. These are the wholly		
13	1997 SPOK	PBS_Newshour	A	B	C	Thank you. FOCUS - MARCH MADNESS JIM-LEHRER: Now the hype and hoopla about the college basketball playoffs. We begin with		
14	1991 MAG	NatReview	A	B	C	problem in business? Or is it largely a product of hype and hysteria? The statistics show that sexual harassment is		
15	2006 MAG	RollingStone	A	B	C	. " All anyone really cares about in this town is hype and momentum " says Masonis. And that can raise expectation:		
16	2007 NEWS	USAToday	A	B	C	which are echoed by his on-screen character. # All the hype and only \$5 million so far. # " One of the		
17	2012 MAG	Bicycling	A	B	C	. These days, more manufacturers are putting aside marketing hype and paying attention to real differences between the sexes,		
18	1997 MAG	PsychToday	A	B	C	Epstein's most recent books include Self-Help Without the Hype and Pure Fitness: Body Meets Mind. #		

Рисунок 5 – конкорданс слова «hype»

Поиск по коллокациям

При поиске по запросу *hype* в результатах поиска на рис.6 отображается список из 100 коллокатов, ранжированных по частоте. Чаще всего с «*hype*» встречается слово «*media*» – 156 раз, на втором месте «*surrounding*» и «*believe*» – 88 и 84 раз, затем «*live*» и «*marketing*» – 53 и 52 раза. В основном коллокации относятся к сфере коммуникаций и интернета. Источником хайпа являются новостные источники и Голливуд. Восприятие слова «*hype*» является негативным, о чем можно судить по коллокату «*despite*», подразумевающему противостояние хайпу.

Corpus of Contemporary American English							SEARCH	FREQUENCY	CONTEXT	HELP
	CONTEXT	FREQ	ALL	%	MI					
1	MEDIA	156	82620	0.19	5.58					
2	SURROUNDING	88	19045	0.46	6.87					
3	BELIEVE	84	169017	0.05	3.66					
4	DESPITE	53	73998	0.07	4.18					
5	LIVE	53	143011	0.04	3.23					
6	MARKETING	52	21682	0.24	5.93					
7	HOPE	34	99554	0.03	3.12					
8	MACHINE	31	36340	0.09	4.44					
9	HYPE	26	2811	0.92	7.87					
10	REALITY	26	48676	0.05	3.76					
11	LIVED	26	57672	0.05	3.52					
12	CAUGHT	25	53201	0.05	3.58					
13	HOLLYWOOD	24	27958	0.09	4.44					
14	PRESEASON	18	2620	0.69	7.45					
15	HOOPLA	17	589	2.89	9.52					
16	ADVERTISING	17	17394	0.10	4.63					
17	BELIEVING	15	6834	0.22	5.80					
18	WILLIAMS	14	36025	0.04	3.30					
19	ASIDE	13	31759	0.04	3.38					

Рисунок 6 – коллокации слова «*hype*»

Лемматизированный поиск

При запросе [*hype*] в результатах поиска на рис.7 отображаются следующие формы: *hype* (2809), *hyped* (388), *hyping* (172), *hypes* (27). Общее число – 3396. Все формы являются производными от существительного *hype*. Наиболее часто употребляется форма *hype*, что может быть и существительным, и глаголом в зависимости от контекста.

Corpus of Contemporary American English							SEARCH	FREQUENCY	CONTEXT	HELP
	CONTEXT	FREQ	ALL FORMS (SAMPLE):							
1	HYPE	2809	100							
2	HYPED	388	200							
3	HYPING	172	500							
4	HYPES	27								
TOTAL		3396								

0.766 seconds

Рисунок 7 – лемматизированный поиск

Поиск по синонимам

При введении запроса [=hure] в результатах поиска отображается список из 13 синонимов, ранжированных по частоте. Из рис.8 можно сделать вывод, что слово «hure» не является самым популярным из синонимов и зачастую употребляются в неофициальных источниках и контекстах, в сравнении с более нейтральными альтернативами, такими как «publicity» или «excitement», не имеющими откровенно негативной коннотации.

SEE CONTEXT: CLICK ON WORD OR SELECT WORDS + [CONTEXT] [HELP...]

	CONTEXT	FREQ	COMPARE
1	<input type="checkbox"/> PUSH [S]	31796	<div style="width: 100%;"></div>
2	<input type="checkbox"/> EXCITEMENT [S]	11162	<div style="width: 35%;"></div>
3	<input type="checkbox"/> PUBLICITY [S]	7090	<div style="width: 22%;"></div>
4	<input type="checkbox"/> PROPAGANDA [S]	5638	<div style="width: 18%;"></div>
5	<input type="checkbox"/> PLUG [S]	5331	<div style="width: 17%;"></div>
6	<input type="checkbox"/> HYPE [S]	2811	<div style="width: 9%;"></div>
7	<input type="checkbox"/> PUFF [S]	2664	<div style="width: 8%;"></div>
8	<input type="checkbox"/> BUILDUP [S]	2571	<div style="width: 8%;"></div>
9	<input type="checkbox"/> ADVERTISE [S]	1952	<div style="width: 6%;"></div>
10	<input type="checkbox"/> HYSTERIA [S]	1832	<div style="width: 6%;"></div>
11	<input type="checkbox"/> TOUT [S]	1526	<div style="width: 5%;"></div>
12	<input type="checkbox"/> PUBLICIZE [S]	739	<div style="width: 2%;"></div>
13	<input type="checkbox"/> FLIMFLAM [S]	66	<div style="width: 0.2%;"></div>
	TOTAL	75178	

Рисунок 8 – употребление слова «hure» по годам

Вывод

Таким образом, проанализировав результаты, полученные при поиске в англоязычном корпусе COCA, нам удалось взглянуть на слово “hure” с различных точек зрения.

С точки зрения жанра было выявлено преимущественное использование слова «hure» в новостных источниках, в основном спортивных. На основании контекста слова можно сделать вывод, что слово имеет негативную коннотацию, как нечто искусственно создаваемое СМИ. Популярность слова резко выросла в 2017 году и продолжает расти, что было выяснено из анализа распределения по годам.

Таким образом, корпусные ресурсы играют важное значение в лингвистических исследованиях, поскольку позволяют взглянуть на слово с точки зрения не только лингвистического анализа, но и сделать выводы на основе статистики употребления слова и его контекстов.

Список литературы

1. Захаров В.П. Корпусная лингвистика // СПб., 2005
2. Богоявленская Юлия Валерьевна Репрезентативность лингвистического корпуса: метод верификации достоверности полученных данных // Политическая лингвистика. 2016. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reprezentativnost-lingvisticheskogo-korpusa-metod-verifikatsii-dostovernosti-poluchennyh-dannyh> (дата обращения: 11.08.2022).
3. Мордовин А. Ю. К вопросу о понятии о репрезентативности корпуса текстов // Вестн. ИГЛУ. Сер.: Филология. 2009. № 1. С. 31—37.
4. Беликов В. И., Копылов Н. Ю., Пиперски А. Ч., Селегей В. П., Шаров С. А. Корпус как язык: от масштабируемости к дифференциальной полноте // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии. 2013. Вып. 12 (19). Т. 1. С. 84—95.
5. Павельева Татьяна Юрьевна Изучение коллокаций на основе лингвистических корпусов текстов // Вестник ТГУ. 2016. №3-4 (155-156). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-kollokatsiy-na-osnove-lingvisticheskikh-korpusov-tekstov> (дата обращения: 11.08.2022).
6. Шилихина К.М. Использование корпусов в исследованиях дискурса // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2014. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-korpusov-v-issledovaniyah-diskursa> (дата обращения: 11.08.2022).

*Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна
Магистрант 1 курса,
Донской государственный технический университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону*

АЙДЕНТИКА И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ: ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ

Аннотация. Данная статья посвящена изучению истории появления и развития айдентики и фирменного стиля. Кроме того, в работе проводится анализ проектов дизайнеров и предлагаются теоретические подходы к перспективам развития графического дизайна.

Abstract. This article is devoted to the study of the history of the emergence and development of identity and corporate identity. In addition, the work analyzes the projects of designers and offers theoretical approaches to the prospects for the development of graphic design.

Ключевые слова: графический дизайн, айдентика, фирменный стиль, дизайн-проект, логотип, товарный знак, бренд, имидж

Key words: graphic design, identity, corporate identity, design project, logo, trademark, brand, image

Фирменный стиль был разработан в начале 20-го века, именно в 1960-е и 70-е годы он стал необходимой частью для всех компаний и фирм. В это время зарождаются такие термины как «бренд», «логотип», «имидж». Промышленная революция открыла дорогу новому поколению компаний по всему миру, и они приняли различные подходы к представлению своей фирменной индивидуальности. Также в это время начинает активно использоваться брендинг в политике при создании положительного имиджа государственных деятелей. В условиях большой конкуренции на рынке, когда начали появляться новые фирмы, производители старались выделиться на фоне других с помощью запоминающегося образа.

Бренды постоянно изменяли свой визуальный образ, чтобы адаптироваться к обществу, которое было ориентировано на новые технологические инновации и современные средства коммуникации. Индивидуальность бренда не всегда могла быть реализована правильно и успех компании часто зависел от эффективности визуальных материалов, которые ее представляли. В 1960-е годы дизайном фирменного стиля в основном занимались крупные корпорации, но последние годы фирменный стиль бренда

нашел свое место в развитии почти каждого бизнеса и в каждой области современного общества.

Павел Родькин в статье “Краткая история современной айдентики: от «старой школы» к плоскому дизайну” [1] выделяет три этапа развития визуальной айдентики: айдентика «старой школы», логотипы 2.0 и плоский дизайн. К «старой школе» автор условно относит дизайн товарных знаков и логотипов, разработанный в 60-80-х годах. По словам Родькина “стилистика знаков и логотипов «старой школы», выраженная в монохромности, двухмерности, отсутствии сложных визуальных эффектов и т.д., обусловлена не только существовавшими на тот момент концептуальными парадигмами, но и техническими ограничениями, которые сняты по-настоящему только сегодня.” Также автор убежден в том, что “графика «старой школы» разнообразна, и было бы ошибкой упрощать ее типологию, сводя только к стилистическим отличиям от современной айдентики. Беспристрастный анализ показывает, что товарный знак «старой школы» устарел только стилистически, но не конструктивно”.

Ярким представителем дизайна 60-80-х годов являются Милтон Глейзер, создавший знаменитый символ Нью-Йорка (I love NY). Выдающимся также является Пол Рэнд, автор логотипа IBM. В России это Михаил Аникст, работавший над созданием пиктограмм для московской олимпиады и фирменным стилем «Промо» совместно с Валерием Акоповым, дизайнером знака Большого Театра.

В 1956 году Пол Рэнд разработал культовый пиктографический логотип IBM с изображением человеческого глаза и пчелы. Большинство историков полагают, что данная работа ознаменовала поворотный этап в истории дизайна логотипа.

1950-е годы относят к периоду изменений парадигмы мышления, связанного с логотипами. Когда компании осознали, насколько значимыми могут быть символы, люди начали отходить от простого создания утилитарных логотипов в целях идентификации и начали вкладывать ведущие идеи в преднамеренное брендирование своего бизнеса.

1977 год был годом знамени для дизайна логотипа, поскольку Милтон Глейзер разработал классическую пиктограмму I heart NY для маркетинговой кампании Министерства торговли штата Нью-Йорк.

Кроме того, в течение этого года Национальное управление безопасности дорожного движения США (NHTSA) разработало и зарегистрировало логотип Star of Life – шестиконечную голубую звезду с наложенным на нее Жезлом Асклепия. Данный логотип мы можем увидеть на каждой машине скорой помощи по сей день.

Во второй половине 20-го века логотип стал обязательным для бизнеса. Если вы хотите, чтобы клиенты запомнили вас, у вас должен быть товарный знак — уникальный, простой и чистый.

В 1970-х годах были разработаны технологии компьютерной графики (CGI) и автоматизированного рисования (CAD). В 1990-е годы мы увидели популяризацию персонального компьютера. А в начале 2000-х Adobe разработал InDesign и Photoshop, принеся в массы сложные инструменты цифрового графического дизайна.

Общество начало меняться, люди стали использовать все больше и больше медиа ресурсов. Именно поэтому процесс создания логотипов стал более сложным и осознанным, что требовало оригинальности. Например, в 1980-х годах появился бренд MTV, он взял свой базовый логотип и заставил его постоянно меняться, этот динамизм определял бренд. По мере того, как логотип оживал, взрывался, крошился и в остальном продолжал меняться, он усиливал альтернативное, острое сообщение бренда MTV. До появления цифровых экранов такая манипуляция была бы невозможна.

В период становления Интернета дизайнеры пытались помочь людям адаптироваться к новой технологии, делая вещи на экране похожими на вещи в реальной жизни. Этот стиль известен как скеуоморфизм. Он проявлялся в градиентах, падающих тенях и искусственных текстурах дерева и металла, предназначенных для придания глубины.

В начале 2000-х годов с появлением Web 2.0 произошли небольшие трансформации. Данный термин относится к изменениям в целом: в создании веб-сайтов и в использовании определенных технологий, он также стал визуальным движением. Логотип Web 2.0 был распространен повсеместно: округлые буквы, яркие цвета и множество градиентов (обычно с четко очерченной линией посередине словесного знака). Однако по мере того, как мир стал более удобным с цифровыми технологиями, отпала необходимость имитировать трехмерное пространство в 2D-мире.

Минимализм и плоский дизайн, на первый взгляд, могут показаться шагом назад в дизайне. Элементы этих стилей отбрасывают такие стилистические символы, как текстуры и градиенты. Однако то, чего действительно достигают минималистские логотипы и плоский дизайн логотипов — это более четкое, чистое, современное ощущение и минимальное отвлечение внимания от сути сообщения.

2010-е годы научили нас тому, что бренды должны принять адаптивность в своих товарных знаках. Ушли в прошлое дни одной версии логотипа, живущей 20-30 лет. Даже крупные компании смирились с тем, что необходимо регулярно обновлять свои логотипы, чтобы

оставаться актуальными. Это не значит, что необходимо проведение полной трансформации, а скорее внесение тонких стилистических изменений в ваш логотип.

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что дизайн фирменного стиля всегда играл важную роль в донесении намерений до потребителей и всех заинтересованных третьих сторон. Именно поэтому существует большое количество успешных компаний, которые считаются нарицательными по сравнению с теми брендами, которые все еще остаются неясными по прошествию многих лет.

Список литературы:

1. П. Родькин. Визуальная айдентика. Глобальные функции и вызовы // Айдентика [альбом]. Как Проект, Grey Matter, 2014. - 12 с.
2. Добробабенко Н.С. Фирменный стиль: принципы разработки. – Москва: Инфа-М, 1999. - 412 с.

*Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна
Магистрант 1 курса,
Донской государственный технический университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону*

ВЗАИМОСВЯЗЬ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА И РЕКЛАМЫ КАК ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Аннотация. В данной статье ставится вопрос о месте коммуникативного дизайна в оформлении рекламных сообщений. Выделены общие элементы дизайнерского проектирования, проанализированы методы и процессы создания визуального образа рекламы. Изучены задачи и разновидности рекламы, а также способы ее размещения. Предложен потенциальный метод проектирования, ориентированный на визуальное восприятие.

Abstract. This article raises the question of the place of communicative design in the design of advertising messages. The general elements of design design are singled out, the methods and processes for creating a visual image of advertising are analyzed. The tasks and types of advertising, as well as ways of its placement are studied. A potential design method focused on visual perception is proposed.

Ключевые слова: графический дизайн, визуальные коммуникации, реклама, политическая реклама, социальная реклама, дизайн-проектирование

Key words: graphic design, visual communications, advertising, political advertising, social advertising, design engineering

Трудно сказать, когда именно появилась первая реклама. Некоторые убеждены, что еще в 500-х годах нашей эры люди начали ходить с вывесками, рекламирующими товары для продажи. Другие указывают на XIII век, когда китайские мастера принялись заворачивать изделия в бумагу, размещая на ней информацию о предмете и указывая, где он изготовлен (ранние формы фирменной упаковки). Другие уверены, что зарождению рекламы мы обязаны англичанину Уильяму Кэкстону, который первым стал печатать и разносить листовки в XV веке.

Однако большинство все же сходится во мнение, что первым проявлением такого рода коммуникаций была реклама, сделанная в США в 1704 году человеком, имя которого неизвестно. Он являлся продавцом и пытался найти покупателя на свою собственность. Его главной задачей было облегчить разовую сделку — не убедить покупателей соблюдать

законы, не воодушевить потребителей, не изменить концепцию объекта, а установить контакт между одним и вторым участником сделки.

Однако в середине XIX века произошли серьезные изменения в сфере рекламы. Стали появляться новые формы — уникальные слоганы, главная цель которых запомниться покупателям и представить товар в выгодном свете.

Теперь продавцы используют рекламу не как связующее звено, а как способ убедить людей стать их покупателями. Основанием для такого изменения в культуре рекламы стала промышленная революция. После этого, со стремительным развитием инноваций, появилась ответственность продать все эти продукты и получить от них определенную наживу.

Разумеется, это изменение принципов потребления отразилось не только на экономике, но и на культуре. Люди были окружены рекламными образами, реклама заполнила все пространство человеческой жизни. Это рекламные щиты, телеканалы, фильмы, сайты, радиостанции, общественный транспорт, спортивные стадионы. Таким образом, реклама стремительно проникла во все сферы жизни - на организационном, социальном и индивидуальном уровнях.

С появлением новых средств массовой информации реклама продолжала расширяться. Изначально радио воспринималось как образовательно-просветительский элемент, и появление рекламной информации могло существенно деформировать эту модель. Так, в 1922 году первая в мире радиореклама уже транслировалась на нью-йоркской радиостанции WEAJ. Это событие спровоцировало очень много споров среди общественности.

Сомнения в благотворном воздействии большого количества рекламы высказывали не только население, но и сама пресса, по мнению которой такая модель медиа коммуникации вредна для общества. Люди были убеждены, что радио может значительно ухудшить качество информационного пространства. Однако реклама не прекратила свое развитие, а наоборот, стала не только естественным элементом радиосистемы, но и основным источником финансовых ресурсов для медиакомпаний.

Телевизионная реклама претерпела аналогичное развитие. Американский изобретатель Фило Фарнsworth продемонстрировал первый телевизор в 1927 году. Затем, 14 лет спустя, мир увидел первый телевизионный рекламный ролик.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, необходимо отметить важность рекламы в нашей жизни. Мы постоянно сталкиваемся с медийным пространством: в городской среде, в общественных и частных пространствах, в общественном транспорте и во многих других местах. Реклама – это одностороннее и безличное обращение, реализуемое посредством различных форм коммуникации, ее цель – убедить потребителей совершить действие, желаемое рекламодателем (обязать потребителя купить и использовать ту или иную услугу или товар, создать узнаваемость для новой компании, поспособствовать известности политического деятеля, вызывают общественно значимые мысли у аудитории и т.д.). [1]

В задачи рекламы входят следующие:

1. Информирование – оповещение о новом товаре, конкретном событии, о компании.
2. Увещевание – систематическое и постепенное создание потребителем неосознанного выбора, соответствующего восприятию у аудитории имиджа фирмы и ее продукции; совершение покупки покупателем путем убеждения; стимул для завершения приобретения.
3. Напоминание – повседневная осведомленность и наличие информации о товаре в памяти потребителей в промежутках между покупками; а также напоминание о месте, где можно купить тот или иной товар.
4. Позиционирование (репозиционирование, перепозиционирование) товара или компании.
5. Удержание покупателей, которые являются конкретной аудиторией рекламируемого бренда компании.
6. Имиджирование, проектирование нового образа компании, принципиально отличного от конкурентов. [2]

Среди типов рекламы принято выделять:

1. Реклама торговой марки – преобладающий вид визуальной и визуально-текстовой рекламы. Эта реклама в первую очередь предназначена для повышения осведомленности потребителей об определенных брендах.
2. Торгово-розничная реклама – реклама этого вида ориентирована на конкретный объект производства или реализации продукции: это может быть какое-то предприятие сферы

услуг или точка продаж. Основная цель торгово-розничной рекламы – стимулировать поток потенциальных покупателей, информируя их о местоположении и основных условиях доставки тех или иных товаров или услуг.

3. Политическая реклама – одна из самых заметных и влиятельных форм рекламы. Ее главная задача заключается в формировании положительного образа политика.
4. Адресно-справочная реклама – разновидность торгово-розничной рекламы. Задача такой рекламы — предоставить максимальное количество коммерческой информации нескольким группам потребителей, иногда пересекающимся, одновременно.
5. Реклама с обратной связью – еще один вид торгово-розничной рекламы, который предполагает обмен информацией с потенциальным потребителем. Наиболее распространена прямая почтовая рассылка конкретным получателям, представляющим наибольший интерес для рекламодателей как вероятных покупателей (например, в виде каталогов).
6. Корпоративная реклама – такая реклама почти никогда не содержит рекламной информации (в общепринятом понимании этого термина) и служит для подготовки и последующего перекося части общественного мнения (определенного сегмента покупателей) в сторону мнения рекламодателя.
7. Бизнес-реклама – профессионально-ориентированная реклама, предназначенная для распространения среди групп населения, сформированная на основе их принадлежности к той или иной профессии. Эта реклама в основном распространяется через специализированные издания.
8. Общественная, или социальная реклама, в отличие от бизнес рекламы, нацелена на аудиторию, связанную в первую очередь своим социальным статусом, например, матери-одиночки, бездетные пары, подростки и т. д.

Необходимо отметить и то, что для человека важно визуальное восприятие. Это связано с тем, что визуальные составляющие доминируют в коммуникации между людьми и символами. Таким образом, визуальное восприятие делится на две стадии:

1. Сбор информации – это первая стадия, где человеческий глаз воспринимает больше информации, когда изображение контрастное, крупное и лаконичное.
2. Шифрование визуального сигнала – здесь собранная информация передается для расшифровки и сравнения с существующей базой данных. Для мгновенной дешифровки информации, не вызывающей затруднений, визуальная коммуникация должна ориентироваться на знакомые образы и легко читаемые шрифты.

Также, важно обратить внимание на то, что независимо от способа и места размещения реклама может иметь следующие виды:

1. Наружная реклама: уличные билборды, электронные дисплеи, масштабные объемные конструкции, афишные стенды и т. д.
2. Реклама в средствах массовой информации (СМИ): на телевидении, радио или в печатных изданиях.
3. Реклама в интернете: рекламные баннеры, flash-анимации и др.
4. Печатная реклама: листовки, буклеты, каталоги, книги, визитные карточки и т. д.
5. Реклама на сувенирной продукции: футболка, панاما, сумка, брелок, ручка, блокнот и др.
6. Реклама в транспорте: метро, автобусах, трамваях и т. д. [3]

Визуальная коммуникация в рекламных кампаниях, несомненно, является самой важной. Таким образом, к разработке столь важного элемента рекламной кампании нужно подходить со всей ответственностью, учитывая менталитет потребителя и прорабатывая все аспекты до мелочей. Дизайнер и заказчик бренда несут ответственность за формирование визуальной культуры потребителя. Вкусы людей формируются окружающей средой, в том числе бесконечными рекламными кампаниями вокруг нас. Городская инфраструктура — это уже логическое продолжение рекламы.

Список литературы:

1. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: учебник для вузов. 3-е изд. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с.
2. Ромат Е. В., Сендеров Д. Реклама: учебник для вузов. 8-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2013. - 512 с.
3. Музыкант В. Л. Рекламные и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. – Москва: Армада-пресс, 2001. - 688 с.

*Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна
Магистрант 1 курса,
Донской государственный технический университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону*

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ АНИМАЦИИ КАК ФЕНОМЕНА ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Аннотация. Данная статья посвящена изучению истории становления и развития искусства анимации, а также его современного положения. Кроме того, в работе проводится анализ анимационных произведений и предлагаются теоретические подходы к перспективам развития анимации.

Abstract. This article is devoted to the study of the history of the formation and development of the art of animation, as well as its current position. In addition, the work analyzes animated works and offers theoretical approaches to the prospects for the development of animation.

Ключевые слова: анимация, мультимедиа, компьютерная графика, мультипликационный фильм, визуализация, компьютерная анимация, анимационный фильм

Key words: animation, multimedia, computer graphics, animated film, visualization, computer animation, animated film

Слово «анимация» образовано от латинского *animatio*, что означает одушевление. Первые попытки оживить статичное изображение появились еще до нашей эры. К самым ранним опытам относят театр теней. Например, первые кукольные теневые представления в Китае и Индии: за экраном из тонкой ткани с нанесенными на ней рисунками кукольники передвигали с помощью палочек статичные или подвижные фигурки, разыгрывая различные сюжеты. Чтобы зрителям было видно происходящее, кукол держали близко к экрану, а подсветка шла сзади.

В XVII веке появляется волшебный фонарь, являющийся первым проектором. В деревянном или металлическом корпусе размещался источник света, а в специальное отверстие вставлялось изображение на стеклянной пластине. Фонарь отображал последовательность нарисованных картинок.

Спустя некоторое время конструкция была усовершенствована Этьеном Гаспаром Робертсоном. Он изобрел фантоскоп, главной особенностью которого стала возможность показывать примитивную анимацию из нескольких кадров, сменявших друг друга.

В 1820-е физик Джон Пэрис создал тауматроп, ставший одним из самых успешных изобретений, которые позволяли картинкам «двигаться». Устройство представляло собой небольшой бумажный диск, к которому прикреплялось два шнурка с двух сторон. Каждая из сторон содержала в себе изображение, и при быстром вращении диска они сливались. Это достигалось с помощью растягивания шнурков в разные стороны. В результате диск начинал вращаться то в одну, то в другую сторону. Чем быстрее было вращение, тем правдоподобнее становилась иллюзия.

Позже, в 1832 году, бельгийский физик Жозеф Плато представил в Европе изобретение под названием фенакистископ. Устройство состояло из картонного диска с прорезанными в нем отверстиями, на котором изображены картинки. Во время вращения диска перед зеркалом зритель смотрел через отверстия на отражающиеся изображения, что и создавало иллюзию движения за счет коротких промежутков между появлениями образов.

Всего через пять лет Уильям Джозеф Горнер придумает новую конструкцию: вместо диска изображение наносилось на внутреннюю поверхность цилиндра, что позволяло избавиться от использования зеркала.

В 1877 году на основе фенакистископа появятся несколько изобретений, в числе которых флипбук и праксиноскоп. Флипбук — это небольшая книга, на страницах которой нанесены изображения, и их быстрое перелистывание создает иллюзию движения. Практиноскоп, за счет применения зеркальной призмы, дает ощущение более гладкой картинки. Эмиль Рейно усовершенствовал конструкцию: вместо привычного небольшого количества кадров он рисовал ленты на несколько сотен изображений, а праксиноскоп объединил с волшебным фонарем. Именно он изобрел анимацию в привычном виде. На показах «светящихся пантомим» зрители наблюдали целые истории в музыкальном сопровождении (мелодия синхронизировалась с изображением), а длительность сеансов доходила до 20 минут.

Первые шаги мультипликации в современном ее понимании сделала в конце XIX века. Мультфильмы были очень короткими и не имели сюжет. История развития мультипликации представляет собой историю развития различных технических приемов:

кукольная анимация, графическая анимация, перекладная анимация и другие. Первые мультфильмы создавались с целью поразить зрителя необычностью изображаемого на экране действия.

В 1899 году начались эксперименты с покадровой анимацией, а первый громкий успех пришел к Джеймсу Стюарту Блэктону и его произведению «Отель с призраками». В нем предметы двигались словно сами по себе, что сильно впечатлило как зрителей, так и киноделов, а также вдохновило последних на новые эксперименты.

В 1906 году Блэктон доработал фильм Томаса Эдисона «Дополненное рисование», в котором выражения нарисованных лиц менялись рывками. В «Юмористических фазах смешных лиц» уже можно говорить о полноценной анимации. Для удобства использовалась грифельная доска и мел, что позволяло быстро и довольно безболезненно вносить правки в рисунки.

Французского художника-мультипликатора Эмиля Коля считают одним из важнейших лиц в ранней и не только мультипликации. Именно он придумал метод покадровой анимации, который с небольшими изменениями используется до сих пор: каждый новый кадр являлся отдельным рисунком, а съемка ведется укрепленной вертикально камерой.

Анимация к 1908 году приобрела оригинальное творческое воплощение. Стали формироваться различные стили мультипликации, писались уникальные и сложные сюжеты, персонажи становились более одухотворенными. Мультипликаторы осознали, что главной особенностью анимации является ее нереалистичность, возможность изображать фантазии, далекие от обыденной жизни.

В 1908 году Эмиль Коль выпустил «Фантасмагорию», сделанную полностью в технике покадровой анимации, и являющейся первым мультфильмом со структурированным самостоятельным сюжетом и характерным главным героем. На сегодняшний день «Фантасмагорию» принято считать первым мультфильмом в привычном значении слова.

Мультфильмы вступили в массовое производство в 1910-х годах. Например, мультфильм «Динозавр Герти», придуманный в 1914 году Виндзором МакКейем. Герти стала первым персонажем, который получил экранное развитие.

Россия в области мультипликации не отставала: мультфильм «Прекрасная Люканида, или Война усачей с рогачами» Владислава Старевича — один из первых в мире кукольных фильмов. Традиционные кукольные мультфильмы в России снимал Александр Ширяев. Именно Ширяев и Старевич считаются отцами российской анимации.

Многие из используемых на протяжении десятилетий технологий были придуманы в годы зарождения анимации. Например, Джон Рэндольф Брэй начал использовать прозрачную целлулоидную пленку, что позволяло сильно экономить время, так как кадры не нужно было перерисовывать полностью — достаточно заменить позу персонажа или подвижный элемент. В 1914 году он открывает в США первую анимационную студию «Bray Productions», работающую на принципах индустриального производства. Студия выпускала большое количество мультфильмов и имела соглашения по широкому их прокату в кинотеатрах.

В 1914 году Макс Фляйшер придумал технологию ротоскопирования — покадровой перерисовки киноплёнки. Аниматор берет за основу отснятое видео, но проецирует его на кальку и рисует уже полноценные иллюстрации, которые после становятся кадрами мультфильма. Мультфильм «Из чернильницы» считается первой лентой, созданной по технологии ротоскопирования.

В 1917 году вышел первый в истории полнометражный мультфильм «Апостол» аргентинского автора Квирини Кристиани. Спустя некоторое время в США начинают выпускать короткометражные пропагандистские и обучающие мультфильмы, а вскоре это происходит и в других странах мира. Начались эксперименты с эффектами и стилизациями, появилось множество анимационных студий, однако наиболее прославилась студия Уолта Диснея, самой значимой из первых работ которого был мышонок Микки Маус. С 1928 года начали выходить первые "немые" черно-белые истории. Короткометражка «Чепуха» Уба Айверкса является первой в мире цветной анимационной лентой, хотя использовалось только два цвета, красный и зеленый, которые при смешении давали невиданный эффект.

Студия Уолта Диснея сыграла огромную роль в развитии и становлении анимированных фильмов. Дисней сочетал в своих анимациях новые методы работы и техническое совершенствование. Он выработал собственный стиль мультипликации и вывел анимационные фильмы в разряд лидеров кинорынка. Следующие четыре крупнейших достижения принадлежат ей. Вышедший в 1928 году «Пароходик Вилли» является первым

в мире синхронно озвученным мультфильмом. В 1932 году на студии Disney выходит «Цветы и деревья» Берта Гиллетта — первый полностью цветной мультфильм в мире. В 1937 году в ленте «Старая мельница» Дисней придумал уникальную технологию, которая позволила передавать глубину перспективы изображения. «Белоснежка и семь гномов», выпущенная в 1937 году, открыла двери для полнометражной анимации: это не первый мультфильм длительностью больше часа, но подобного коммерческого успеха ранее не смог достичь никто из аниматоров. Мультфильм стал олицетворением технического и творческого совершенства, на которое оказались способны рисованные фильмы.

В 1930-е годы мультфильмы становятся значимой частью мирового кинобизнеса: по всему миру формируются анимационные студии, мультфильмы перестают восприниматься как детское развлечение, с их помощью реализовывались сложные творческие идеи.

В 1935 году советский режиссер Александр Птушко снял полнометражный кукольный мультфильм «Новый Гулливер», сочетавший на экране сотни кукол и живого актера — первая картина, сделанная в подобной технике.

«Кролик-крестоносец» — считается первым полноценным телевизионным мультсериалом, созданным в 1947 году американским мультипликатором Александром Андерсоном. Он выходил с 1950 по 1959 год, и за девять лет вышло более 400 серий.

В 1958 году появились шоу с получасовыми анимационными сериями. Например, «Пес Хакльберри» созданный Уильямом Ханной и Джозефом Барберой.

Первым советским мультсериалом, созданным в 1967 году, считается «Маугли», основанный на «Книге джунглей» Редьярда Киплинга.

Ключевая технология, сильно удешевившая процесс создания анимации — ксерография, фотокопирование изображений напрямую на целлулоид. Первым мультфильмом, сделанным в подобной технике, считается «101 далматинец».

В 1940-х годах начались эксперименты с компьютерной графикой, но хороших результатов вышло достичь только в 60-х. В числе первых работ находится ролик о вращении спутника вокруг Земли, созданный в программе Bell Laboratories в 1963 году, а также «Балет»,

выпущенный двумя годами позднее и считающийся ранним примером трехмерной анимации.

В 1965 году режиссер Майкл Нолл создал «Гиперкуб» — первую стереоскопическую 3D компьютерную анимацию. Он реализовал этот фильм в программе Bell Laboratories. Фильм, созданный в 1965 году, представил четырехмерный гиперкуб в виде вращающегося куба внутри куба.

Прародителем компьютерной графики многие считают Джона Уитни, американского аниматора, композитора и изобретателя. В 1940-х и 1950-х годах он создал серию экспериментальных фильмов, сделанных с помощью специального устройства на основе старых аналоговых зенитных компьютеров. Одной из самых известных работ аниматора является анимированная заставка к фильму Альфреда Хичкока «Головокружение». В 1960 году Уитни основал свою компанию Motion Graphics Inc, которая в основном занималась производством фильмов и телевидения, продолжая при этом дальнейшие экспериментальные работы.

Советский Союз не оставался позади: важным достижением является «Кошечка» — творение советских программистов 1968 года, плавность анимации которого до сих пор удивляет. Кошечка считается первым анимированным персонажем, полностью созданным с помощью компьютера. Мультфильм демонстрировал походку кошки. Движения кошки полностью созданы компьютером по введенным в него дифференциальным уравнениям.

Следующие крупные шаги в компьютерной анимации были сделаны британским аниматором Питером Фолдсом. В «Метадате» в 1971 году использовалась техника интерполяции, то есть преобразование одного изображения в другое. В 1974 году Питер Фолдс получил более широкое признание за свою двумерную анимацию «Голод», которая берет на себя характерные черты мультфильмов. При создании этой анимации также использовалась техника интерполяции. В 1974 году он создаст первую компьютерную короткометражку «Голод», состоящую не только из линий, но и использующую силуэты с отличающимся фоном.

В 1973 году появилось программное обеспечение от Atlas Computer Laboratory, с помощью которого аниматоры могли использовать немалое количество привычных сегодня вещей, от скелетной анимации до применения интерполяции и простейших графических эффектов.

Параллельно с этим начались работы над 3D-анимацией. Самым ранним примером анимированного в 3D-ролика считается эксперимент Эда Кэтмалла и Фреда Парка. Они попытались воспроизвести левую руку Эда. В начале трехмерная анимация использовалась как инструмент для создания спецэффектов. Создавались новые технологии, движки, где была возможность воплощать все более точные и реалистичные идеи авторов.

«Полет мечты» 1982 года считается первым анимационным трехмерным мультфильмом с сюжетом.

Компьютеры для создания анимации стала использовать и студия Disney. «Русалочка» стала первым полнометражным мультфильмом, созданным в программе Computer Animation ProductSystem: на смену целлулоидным пленкам, краскам, чернилам и ксерографии пришли новейшие технологии, позволяющие рисовать сразу в цифровом виде.

Полнометражный мультфильм студии Pixar «История игрушек» 1995 года стал самым громким прорывом в современной анимации: он популяризовал трехмерную анимацию.

Достижения в области цифровых технологий оказали огромное влияние на последующие поколения аниматоров и графических дизайнеров по всему миру.

Моушн-дизайн — это процесс создания анимированной графики. На сегодняшний день большинство областей деятельности человека практически не могут существовать без этого направления, он наиболее явно проявляется в интернете, медиа и рекламе, на телевидении, в кино, в мобильных приложениях, видеоиграх.

В 1940-х годах появились первые экспериментальные работы Оскара Фишингера и Нормана МакЛарена. Однако самым первым признанным мастером можно назвать графического дизайнера и режиссера Сола Басса, который в 60-х годах популяризировал моушн-графику в кино. Одна из самых известных его работ — заставка к титрам фильма Отто Премингера «Человек с золотой рукой»: из белых полосок на черном фоне складывается рука главного героя.

Также революционными считаются работы Басса в фильмах: «Головокружение» Хичкока, «Вестсайдская история», «К северу через северо-запад» и «Психо», где Басс оформлял титры.

Кинематограф стал той сферой, где зародился моушн-дизайн. В телевизионных программах в 1980-е годы активно использовали титры и логотипы с элементами анимации. Именно титры являются прародителями моушн-дизайна. Благодаря этому анимация перестала восприниматься исключительно как развлечение, она стала способна выполнять более функциональные задачи.

Таким образом, пройдя столь длинный путь, сегодня моушн применим в фильмах, рекламных роликах, видеоклипах, презентациях, также при создании интерактивного дизайна и анимации интерфейсов.

Список литературы:

1. Кривуля Н. Аниматология. Эволюция мировых аниматографий. – Москва: Аметист, 2012. - 384 с.
2. Линник А. История компьютерной анимации CGI в фильмах с 1950-х по 1980-е. [Электронный ресурс] // Новости анимации и мультипликации. 2019. URL: <https://multtov.net.ua/article/istoriya-cgi-v-filmah.html> (дата обращения: 20.07.2022).

*Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна
Магистрант 1 курса,
Донской государственный технический университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону*

ЗНАЧЕНИЕ ЦВЕТА В БРЕНДИНГЕ И МАРКЕТИНГЕ: КАК ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА ВЛИЯЕТ НА ВОСПРИЯТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Аннотация. В данной статье рассмотрены теории и свойства цветов, а также их влияние на психологическое и эмоциональное состояние личности. Раскрыты вопросы психологии цвета: цветовлияние и цветовосприятие в маркетинге, брендинге и рекламе. Рассмотрены мнения ученых и деятелей искусства на этот счет. Доказана важность понимания гармонии цветовых сочетаний для достижения благоприятного воздействия на потенциального клиента.

Abstract. This article discusses the theories and properties of colors, as well as their influence on the psychological and emotional state of the individual. The questions of color psychology are revealed: color influence and color perception in marketing, branding and advertising. The opinions of scientists and artists on this matter are considered. The importance of understanding the harmony of color combinations in order to achieve a beneficial effect on a potential client has been proven.

Ключевые слова: цвет, цветовые сочетания, цветовлияние, цветовоприятие, психология цвета, цветовая теория, маркетинг, реклама, дизайн

Key words: color, color combinations, color influence, color perception, color psychology, color theory, marketing, advertising, design

Цвет является важнейшим элементом визуальной идентификации любого объекта, поскольку оказывает сильное эмоциональное воздействие на адресата. Выбор цвета важен для привлечения внимания и продвижения бренда, данный элемент может стать ключевым акцентом, который сделает айдентику узнаваемой. По мнению психологов, ровно 60% успешной и эффективной рекламы зависит от выразительности и цветовых сочетаний.

Для начала будет целесообразным обратиться к истории науки о цвете, которая выделяет два этапа:

- донаучный – с доисторических времен до конца XVI века;
- научный – с XVII века до наших дней.

В донаучный период первобытные люди различали и придавали какое-то значение очень ограниченному числу цветов, связанных с важнейшими предметами и явлениями их жизни. В эпоху античности возникает естественное и научное отношение к цвету. Древнегреческие философы пытались создать цветовую систематику природных стихий.

В средние века свет и цвет перестали отождествляться с Богом, мистическими силами, а стали их атрибутами. В эпоху Возрождения Леонардо да Винчи создал новую цветовую систему (1452-1519 гг.). Он установил, что разнообразие цветов, открытое древними греками и римлянами, может быть ограничено. Так, он считал, что существует 6 основных цветов: красный, желтый, зеленый, синий, белый, черный.

Научный период начинается с того времени, как Исаак Ньютон в 1665 году доказал свою теорию белого цвета. Он обнаружил, что нормальный белый цвет состоит из многих цветов, смешанных вместе. После Ньютона многие исследователи природы цвета и особенностей человеческого видения цветового света разработали, интегрировали и усовершенствовали научную основу цветоведения. Это были Гете, Пуркин, Мюллер, Юнг и многие другие. [1]

Следует также проанализировать цвет с психологической точки зрения и выделить важные составляющие этого явления. Исследователи доказали, что 80% цвета поглощается нервной системой и 20% — зрением. Существует определенная связь между цветом и восприятием. Действительно установлено, что каждый цветовой тон имеет подсознательные ассоциации. Цвет, как и форма, оказывает эмоциональное воздействие на любого человека. Он способен вселять чувство комфорта и покоя, привлекать или отталкивать, тревожить или волновать.

Цветовые решения несут информацию об окружающем мире, они же влияют на настроение человека, его решения и поступки. Цвет способен генерировать определенные ассоциации или стимулировать мозг человека, тем самым заставляя его испытывать соответствующие эмоции при выполнении определенных действий.

Психология восприятия цвета может меняться в зависимости от психофизиологического состояния человека. Например, если человек устал, цветовосприятие снизится, а в случае опасности, наоборот, повысится.

Психология восприятия цвета используется в рекламе и маркетинге. При создании визуальной айдентики дизайнер должен учитывать, какие эмоции будет испытывать человек, увидев дизайн-проект. Поэтому, чтобы понять, как каждый цвет влияет на человека, необходимо охарактеризовать семантические значения цветов.

Красный цвет: сразу привлекает внимание, вызывает ощущение срочности, безотлагательности, ассоциируется с движением, эмоциональным возбуждением и страстью, используется при тотальных продажах.

Синий цвет: ассоциируется со спокойствием и надежностью, оказывает успокаивающее действие на сознание, вызывает ощущение умиротворения, чувство защищенности и доверия по отношению к бренду. Самый популярный цвет для офисных и консервативных брендов.

Зеленый цвет: ассоциируется со здоровьем, спокойствием, природой и гармонией, способствует равновесию и расслаблению. Используется для оформления интерьеров магазинов.

Фиолетовый цвет: ассоциируется с верностью, мудростью и уважением. Часто используется в косметической промышленности, особенно в средствах против старения. Популярен среди креативных и необычных брендов.

Желтый цвет: вселяет оптимизм и бодрость. Используется для привлечения импульсивных покупателей и зрителей витрин. Чрезмерные включения могут вызвать чувство беспокойства.

Черный цвет: ассоциируется с властью, силой, могуществом и стабильностью. Часто используется как символ интеллекта. Его часто применяют для визуального уменьшения размера объявления. Чрезмерные черные пятна в брендинге действуют на человека угнетающе.

Серый цвет: символ практичности, постоянства и солидарности. Чрезмерное присутствие в рекламе часто вызывает ощущение незначительности.

Белый цвет: вызывает чувство безукоризненности, чистоты и защищенности. Отсутствие конкретики, часто используется, когда нет необходимости вызывать определенные эмоции, провоцируемые определенными цветами. [2]

Главной задачей маркетинга и дизайна продукта является правильное использование цвета и выбор контраста, для этого исследуют и тестируют разные цветовые схемы и выбирают только ту, которая вызовет желаемый отклик у потребителя. Контраст снижает нагрузку на зрительное восприятие и фокусирует внимание покупателя на предметах. Выбор строгих, дополняющих друг друга цветов облегчает клиенту чтение. Цветовая схема, в которой определенный элемент является самым светлым, предотвращает напряжение глаз, концентрируя внимание. А отсутствие контраста между элементом дизайна и фоном неизбежно приводит к зрительному напряжению, что крайне нежелательно для рекламы. Таким образом, профессиональное сочетание цветов и грамотное их использование позволяют существенно регулировать восприятие покупателей, вызывая положительные или отрицательные реакции, тем самым стимулируя продажи. Для успешной реализации проекта необходимо изучить цветоведение и цветовосприятие, проанализировать характерные особенности цветовой теории и протестировать цветовые схемы.

Список литературы:

1. Серов, Н. В. Цвет культуры: психология, культурология, физиология. – СПб: Речь, 2003. - 672 с.
2. Семенов, А.К., Маслова Е.Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса: учебное пособие. 10-е изд. – Москва: Дашков и К, 2020. - 276 с.
3. Адамс Ш. Словарь цвета для дизайнеров. — Москва: КоЛибри, 2018. - 272 с.
4. Алиева Н.З. Физика цвета и психология зрительного восприятия: учеб. пособие для студентов вузов – Шахты: ЮРГУЭС, 2005. – 294 с.
5. Браэм Г. Психология цвета. – Москва: АСТ; Астрель, 2009. - 160 с.

*Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна
Магистрант 1 курса,
Донской государственный технический университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону*

РОЛЬ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЛИЧНОСТНЫХ ПРОЦЕССАХ

Аннотация. В данной статье рассмотрены вопросы значимости визуальной коммуникации в современном обществе. Изучены исторический пласт и точки зрения представителей этой сферы. Исследованы объекты визуальных коммуникаций и способы восприятия информации. Также рассмотрены элементы визуально-коммуникативной среды, необходимые при организации пространства. Проанализировано значение графического дизайна как инструмента визуальной коммуникации.

Abstract. This article discusses the importance of visual communication in modern society. The historical layer and points of view of representatives of this sphere are studied. Objects of visual communications and ways of perception of information are investigated. The elements of the visual-communicative environment necessary for the organization of space are also considered. The importance of graphic design as a tool of visual communication is analyzed.

Ключевые слова: визуальные коммуникации, информационный дизайн, графический дизайн, визуальный текст, визуальный язык, визуальная культура

Key words: visual communications, information design, graphic design, visual text, visual language, visual culture

Визуальные коммуникации представляют собой систему визуальных и графических решений, основанных на оптических восприятиях (информационные устройства, графические символы) и предназначенных для решения задач ориентирования, удовлетворения информационной осведомленности, регулирования поведения человека в конкретных социальных условиях.

Самыми ранними формами визуальной коммуникации принято считать рисунки и росписи на камне, кости, глине. Данные изображения появились около 10 000 — 45 000 лет назад. Это были живописные и скульптурные изображения диких животных, а также абстрактных мотивов в пещерах. В эпоху неолита появились петроглифы — изображения, высеченные

на камне и послужившие началом развития печатных знаков. Участниками коммуникативного процесса были как современники авторов, так и их потомки, для которых эти картины имели историческую и художественную ценность.

Затем в Африке появились идеограммы — графические символы, отображающие определенную концепцию, они имеют огромное значение и в современном мире. Примерами идеограмм являются хорошо известный знак «No Smoking», знаки-указатели в аэропортах и т.д. Логограммы – графические знаки, обозначающие слово, появились в Египте 3 500 лет назад. Они используются в китайском, японском, корейском и других алфавитах.

Алфавит впервые возник в Древнем Египте в 2 000 годы до нашей эры. Затем римляне и греки создали основу алфавита, который сегодня используют современники. С открытием разных форм письма изображение сопровождалось словесным текстам, таким образом, возможности визуальной и вербальной коммуникации были объединены. Этот процесс был разработан в результате изобретения и широкого использования бумаги и улучшенных процессов печати. Прогрессивное развитие графических символов привело к созданию первых печатных форм слова. Одной из ранних форм стал манускрипт, возникший в 400 — 600 годах до нашей эры и представляющий собой древнюю рукописную книгу (в виде отдельных листов, свитков или кодекса). Полноценная книга была создана европейцами в 1501 году.

Следует упомянуть два наиболее важных аспекта книгопечатания, известных с древности: принцип набора текста и процесс печати с переносом краски с поверхности формы на принимающую поверхность. Используемые время от времени в некоторых странах, они не произвели революцию в мире связи. Чтобы такая революция произошла, необходимо было реализовать эти процессы оптимальными для своего времени техническими способами. Того, кто это сделал, можно назвать изобретателем книгопечатания. На эту честь претендуют многие, например, голландец Лоуренс Янсзон Костер или итальянец Памфилио Кастальди. Но только немецкий изобретатель Иоганн Гутенберг нашел конкретный ответ на этот вопрос, который задавали человечеству на протяжении всей мировой истории. Заслуга Гутенберга заключается в том, что он изобрел печать как технологию.

Визуальные коммуникации в XX веке получили мощное распространение во всех сферах культуры и закрепили в операциональном поле такие понятия, как визуальный текст,

визуальный язык, визуальная культура. Экспериментаторы графического дизайна, такие как В. Вайнгарт, Э. Грейман, Д. Фридман, В. Кунц, группа «Октаво» и другие последователи типографики «Новой волны» в 70–80-е гг. стремились сделать графический дизайн более открытым, образным и художественным, поэтому более соответствующим современному развитию общества. Позже им соответствовали постмодернистские дизайнеры — Н. Броди, группа «Эмигрант», П. Шер, Ст. Сагмейстер и, конечно же, Карсон. [1]

Объекты визуальных коммуникаций могут быть разделены на следующие группы:

1. Визуальные коммуникации в городской среде – это объекты городского пространства, транспортные коммуникации или сооружения общественного назначения. Они являются важнейшим фактором развития информационной, навигационной, рекламной, нравственной, а также эстетической среды человека.
2. Визуальные коммуникации в рекламе – передача информационных данных, осуществляемая с помощью текста и визуальных образов. Основная цель рекламы – выстроить диалог с клиентами о товаре, а также привлечь внимание аудитории, повлиять на их выбор.
3. Визуальные коммуникации, отвечающие за безопасность граждан – это система визуально-графических знаков и решений, предназначенных для урегулирования вопросов навигационного обеспечения, удовлетворения недостатка информации, стабилизирование поведения человека в определенном предметном-пространственном контексте.
4. Маркировка объектов. Светофоры – условные обозначения, текст и графика, изображенные на товаре, они используются для определения продукта или его отдельных свойств. Маркировка предоставляет сведения о товаре: производителях, количественных, составных и качественных определениях. [2]

В силу своей специфичности, визуальная коммуникация полагается на зрение. Каждый визуальный элемент в городской среде анализируется и интерпретируется индивидом в зависимости от личных взглядов и опыта, а также приверженности человека к одной из определенных точек зрения. Профессор Школы искусств, технологий и новых коммуникаций Пол Мартин Лестер обозначил шесть главных способов восприятия информации, которая попадает в нас через зрение: индивидуальный, критический, исторический, технический, культурный и этический.

1. Индивидуальный – базируется на персональных взглядах: все объекты проходят оценку исходя из личности смотрящего.
2. Критический – все объекты проходят через оценку с точки зрения некой группы с которой себя отождествляет индивид. Он сразу выносит своё восприятие в пространство диалога между теми, кто критикует, обычными зрителями и тем, кто автор образа.
3. Исторический – позволяет рассматривать объект как результат исторического процесса. Однако, это всегда подразумевает консервативность: современные технологии признаются как часть сегодняшней эпохи.
4. Технический – больше обращает внимание на гармоничное расположение всех частей в виде некой композиции и взаимодействует со светом.
5. Культурный – больше фокусируется на символах, значениях и скрытых смыслах. Узнаваемые образы в визуальной коммуникации способствуют лучшему запоминанию визуального объекта.
6. Этический – этот способ восприятия проходит через этические представления и нормы, принятые индивидом. [3]

Эксперты в области коммуникации разработали множество стратегий и теорий передачи информации. Все они включают важность использования элементов визуально-коммуникативной среды при организации пространства. Среди них выделяют основными элементы: содержание, функция, композиция, эргономика.

1. Содержимое носителя информации – это сведения, находящиеся в информационном носителе. Они характеризуют информацию о самом объекте, его назначении и возможностях, а также отображают информацию о элементах внешней среды, находящихся в непосредственной близости от объекта коммуникации.
2. Функциональные элементы – это объекты визуально-коммуникативной среды, которые создают зоны жизнедеятельности людей, определяют их ориентацию в пространстве. При размещении объектов визуальной коммуникации необходимо учитывать их влияние на структуру территории. Также необходимо учитывать место расположение на площади, а также влияние на движение групп людей с целью сочетания или контрастирования природного ландшафта с городской средой.
3. Композиционные элементы – это компоненты при структурировании городского пространства или интеграции носителей информации в существующую среду. Они определяют стиль пространственно-предметной среды или создать новый стиль. Целостность – один из важнейших критериев формирования среды. Элемент

визуальной коммуникации в связи со средой предстает перед зрителем как единое целое, если он отвечает требованиям ограниченности, непротиворечивости и компактности. Это позволяет выделить объект из среды, добиться его самостоятельности.

4. Эргономические составляющие – это основа для формирования системы визуальной коммуникации. Следует учитывать визуальное восприятие элементов системы, информационных сигналов. Необходимо обеспечить человеку возможность получать информацию посредством зрения, слуха и тактильных ощущений. Также важно учитывать функциональную приемлемость элементов окружающей коммуникативную группу, и готовность человека к самостоятельной организации и регулированию потока информации. [4]

В зависимости от аудитории и приоритетов подбирается оптимальный содержательный комплекс: сообщение (смысл), образ и структура, взаимодействие. Все четыре составляющие должны работать на обозначенную цель, то есть выполнять ряд требований: убедить, объяснить (дать понять), увлечь (развлечь). [5]

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что роль визуальных коммуникаций в социальных и личностных процессах неоспорима. Они необходимы для популяризации информационного пласта, а также для решения задач ориентирования в городской среде и общественных помещениях. В связи с этим, имеет огромное значение роль графического дизайна в оформлении пространства с помощью визуального языка.

Список литературы:

1. Элис Туэмлоу. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. – Москва: Астрель; АСТ, 2006. - 156 с.
2. Современный язык визуальных коммуникаций [Электронный ресурс] // Творчество и современность. 2016 № 1. URL: <http://www.studfiles.ru/preview/6274338/page:3> (дата обращения: 05.07.2022)
3. Лестер, П.М. Визуальная этика: руководство для фотографов, журналистов и кинематографистов. – Ратледж, Нью-Йорк и Лондон, 2018 - 180 с.
4. Гусакова Л. И. Визуальные коммуникации. Элементы информативной экотуристической среды [Электронный ресурс] // Гуманитарные научные исследования. 2013 № 5. URL: <http://human.snauka.ru/2013/05/3119> (дата обращения: 05.07.2022)
5. Е. Орешкина. Визуальные коммуникации [Электронный ресурс] // Инфограф. 2011. URL: <http://infographer.ru/dik/> (дата обращения: 06.07.2022)

6. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир. – Москва: Либроком, 2009. - 272 с.

УДК 502.3

*Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна
Магистрант 1 курса,
Донской государственный технический университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону*

ФУНКЦИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В ПРОЦЕССЕ ЭКОЛОГИЗАЦИИ ПРОБЛЕМ ПОТРЕБЛЕНИЯ ОБЩЕСТВА

Аннотация. В данной статье представлен опыт осмысления экологических проблем через графический дизайн. Изучены преимущества дизайна как катализатора позитивных изменений в окружающей среде. Проанализирован теоретический материал по данной теме, рассмотрены точки зрения представителей этой сферы.

Abstract. This article presents the experience of understanding environmental problems through graphic design. The advantages of design as a catalyst for positive changes in the environment are studied. The theoretical material on this topic is analyzed, the points of view of representatives of this sphere are considered.

Ключевые слова: графический дизайн, экодизайн, реклама, социальная реклама, экология, экологическое просвещение, экологическая реклама

Key words: graphic design, ecodesign, advertising, social advertising, ecology, environmental education, environmental advertising

Экологический кризис является глобальной проблемой современного общества. За последние два-три десятилетия настолько ухудшились окружающие условия, что сегодня нет ни одной точки или места в жизни человека, с которым не соприкасалась бы эта глобальная проблема. В связи с этим актуализируется экологическая направленность как форма социальной рекламной деятельности. Как было упомянуто ранее, социальная реклама возникла именно с попыток решения экологических проблем.

На мой взгляд, было бы уместно дать определение «экологии», так как в данной статье речь идет о социальной рекламе экологической направленности. Экология изучает организмы и то, как они взаимодействуют с окружающей их средой. Главная цель экологии — поиск и предложение способов влияния на среду обитания, благодаря которым можно будет

предотвратить катастрофические последствия, а также улучшить биологические и социальные условия развития человека и всего живого на Земле. [1]

После разъяснения понятия «экологии» и анализа определений «социальной рекламы», которые были рассмотрены в данной работе, необходимо также дать определение «социальной рекламы экологической направленности». Социальная реклама экологической направленности — особый вид социальной рекламы, продвигающий идеи и проекты по защите окружающей среды, природы, животных и растений.

В качестве задач экологической рекламы можно выделить:

- развитие экологического образования;
- формирование экологического видения в социуме, основанного на принципах устойчивого развития, на принципах экологической безопасности.

Функции же экологически ориентированной рекламы следующие:

- распространение гуманизма в отношении живой природы;
- формирование интереса к экологическим проблемам не только у отдельной личности, но и у социума;
- быстрое введение экологических знаний в общество.

Главной особенностью экологической рекламы является то, что она не ориентирована на конкретную целевую аудиторию. В большинстве случаев реклама данного типа направлена на широкие слои населения с целью формирования общей экологической культуры, объединения граждан для решения определенной экологической проблемы, укрепления связей между различными социальными группами.

Условно экологическую рекламу можно разделить по разным тематическим проблемам:

- загрязнение воды и воздуха;
- истребление животных и растений;
- проблема бездомных животных;
- вырубка лесов / лесные пожары;
- проблема бытовых отходов. [2]

С учетом специфики содержания социальная реклама экологической направленности имеет следующую классификацию ролей:

1. Реклама-антенна – основывается на введении новых поведенческих моделей.

2. Реклама-усилитель – нацелена на драматизацию ситуации с надвигающимся экологическим кризисом с целью преувеличения изменений в моде на одежду из натуральных тканей.
3. Реклама-фокус – внедряет предложение здорового образа жизни и товаров, соответствующих этой концепции.
4. Реклама-призма – занимается адаптацией различных рекламных объявлений к разным группам потребителей.
5. Реклама-эхо – основывается на интересах домашней хозяйки, направлена на рекламирование экологически чистых товаров. [3]

Основными средствами распространения экологически ориентированной социальной рекламы являются: интернет-площадка, телевидение, плакаты, билборды, баннеры, листовки, видеоролики, эмблемы товаров.

Что касается форм реализации экологической рекламы, то наиболее эффективным способом является рисунок, цвет и звук. Это значит, что яркий и тщательно подобранный образ оказывает сильное эмоциональное воздействие и надолго остается в памяти. [4]

Многие экологические организации включают в свои рекламные сообщения статистические данные, полагая, что эта информация заставит получателя больше задуматься над поднятым вопросом. Однако многие исследователи считают, что прибегать к фактам и цифрам неэффективно и нецелесообразно. По их мнению, лучшее решение — наладить полноценные рекламные кампании, сделав упор на визуальную составляющую. [5]

Следует отметить, что существует два основных направления в экологической рекламе:

1. Использование экологических символов и идеи чистоты натуральных ингредиентов для рекламы продуктов и продвижения компаний. Это связано с тем, что большинство утверждений о природной чистоте продуктов не соответствуют действительности, а в сознание людей внедряется представление о потреблении натуральных благ, использовании природных ресурсов, а не их сохранении.
2. Собственно экологическая, социально ориентированная экологическая реклама (ролики Greenpeace, WWF).

Вместе с тем следует добавить, что российские рекламные проекты в природоохранной сфере в большинстве своем имеют две крайности: они несут исключительно негативный посыл, мотивацию через агрессию или носят поучительный и резонансный характер. По мнению исследователей, эти тенденции существенно снижают эффективность экологической социальной рекламы. [6]

В целом экологическая социальная реклама обычно запугивает общественность за счет использования возмутительных изображений, наглядно демонстрирующих последствия небрежного отношения к окружающей среде. Однако использование устрашающих образов и шокирующей подачи информации не всегда эффективно, а иногда даже рискованно.

Этот метод запугивания часто имеет обратный эффект. Таким образом, публичная демонстрация изувеченных туш даже у взрослого человека может вызвать отвращение и желание уйти, переключить канал или пролистать страницу, не говоря уже о реакциях, которые такая социальная реклама может вызвать у ребенка. По мнению исследователей, основная причина отсутствия внимания к проблемам экологии как со стороны спонсоров, так и со стороны общественности заключается в том, что они не хотят видеть ужасную и негативную рекламу, не говоря уже о вложении денег. [7]

Наиболее приоритетным направлением в сфере экосоциальной рекламы является формирование у людей иного поведения по отношению к окружающей среде и продвижение новых подходов к природопользованию через экологическое образование. В будущем такой подход будет способствовать развитию новой экологической культуры в обществе.

В современном обществе основными силами распространения экологических идей выступают, с одной стороны, некоммерческие экологические организации, а с другой — возникшие в социальных сетях небольшие социальные объединения, оперативно создающие свои внутренние этические подсистемы, в том числе экологические.

Следует отметить тенденцию, характерную для российского общества, теперь для людей важным аспектом, способствующим экологии, является престиж, то есть потребность в защите окружающей среды становится хорошим тоном, что повышает культурный уровень общества. Рекламные кампании, направленные на решение экологических проблем, можно сказать, вводят новые правила этикета. [8]

Говоря об эффективности социальной экологической рекламы, стоит отметить, что она должна в первую очередь воздействовать на эмоциональный уровень. При этом эффективность такой рекламы зависит от наличия аргументов для решения поставленной проблемы.

В случае с социальной рекламой экологической направленности характерно обращение к условиям и способам непосредственного участия людей в позитивных социальных процессах. Это наглядно показывает гражданам, что они могут сделать для улучшения состояния окружающей среды, тем самым повышая свою социальную значимость среди зрителей и мотивируя их вносить свой вклад в защиту мирового биоразнообразия.

Осуществление скрытых коммерческих функций может быть рекламой нового экологического типа, она на первый взгляд не имеет ничего общего с коммерческими отношениями. Однако появление такой рекламы связано с тем, что рынок готовится кардинально изменить курс пользователя, например, с производства неорганических продуктов на органические. Это повышает спрос на собственную продукцию и при этом создает антирекламу для конкурентов. Также это можно назвать скрытой корпоративной функцией, когда природопользователь публикует экологические общественные объявления на скандальную тему. [9]

Лучшими примерами использования экологической социальной рекламы являются экологические организации «Greenpeace» и «Всемирный фонд дикой природы». Разнообразие их методов визуализации, форм и рекламных стратегий невозможно игнорировать.

Таким образом, можно сделать вывод, что экологическая социальная реклама имеет большой потенциал для развития. Со временем она должна стать мощнейшим инструментом формирования общественного мнения, восстановления гуманистических отношений между людьми, а также установить приоритеты с учетом экологической составляющей природоохранной деятельности.

Список литературы:

1. Гл. редакция: (Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. Философский энциклопедический словарь [Электронный ресурс] // Сов. Энциклопедия. 1983. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/3768/ (дата обращения: 12.07.2022)

2. Мартынов А. С., Мирутенко М. В. Обзор российской практики использования экологической проблематики в рекламе и связях с общественностью [Электронный ресурс] // Круглый стол "Реклама и Экология" (Москва, 05.04.05, Выставка "Дизайн и реклама"). 2005. URL: <http://www.biodat.ru/doc/ecorec/recl2.htm> (дата обращения: 12.07.2022)
3. Коханова Л. А. Экологическая журналистика, PR, реклама: учебное пособие для студентов вузов – СПб.: 2016. - 383 с.
4. Дворников С. А., Иванова Ж. Б. Социальная реклама: охрана окружающей среды (на примере ОАО «Монди СЛПК») [Электронный ресурс] // IV Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум». 2012. URL: <https://rae.ru/forum2012/22/3212> (дата обращения: 12.07.2022)
5. Ким А. В., Архипова Н. А. Экологическая проблема исчезновения редких видов животных в современной рекламе // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности. 2016. Ч. 4. - 93 с.
6. Букварева, Е. Н. Зачем нам нужна живая природа? [Электронный ресурс] // Круглый стол "Реклама и Экология" (Москва, 05.04.05, Выставка "Дизайн и реклама"). 2005. URL: <http://biodat.ru/doc/ecorec/bukv.htm> (дата обращения: 12.07.2022).
7. Горлевская, Л. Э., Тулеева, Ю. А. Анализ использования природно-экологических образов в рекламе. [Электронный ресурс] // Круглый стол "Реклама и Экология" (Москва, 05.04.05, Выставка "Дизайн и реклама"). 2005. URL: <http://biodat.ru/doc/ecorec/recl3.htm>. (дата обращения: 12.07.2022).
8. Лебедева Ю. В. Особенности экологической рекламы как средства массовой коммуникации // Рекламный вектор 2010: эффективные решения 2010. - 24 с.
9. Васильев, Г. А. Основы рекламы: учебное пособие для студентов вузов – Москва: АСТ-ЛТД, 2014. - 414 с.

ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ЭТИКА В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ

Аннотация: В данной статье описаны основные стандарты в переводческой этике, а также новые тенденции в индустрии перевода и связанные с ними этические нормы и новые понятия. В статье также рассматривается машинный перевод и его влияние на некоторые аспекты переводческой отрасли.

Abstract: This article describes the main standards in translation ethics, as well as new trends in the translation industry and related ethical norms and new concepts. This article also discusses machine translation and its impact on several aspects of the translation industry.

Ключевые слова: этика, перевод, пост-редактирование машинного перевода, переводческие компетенции.

Key words: ethics, translation, post-editing of machine translation, translation competencies.

В мире, где насчитывается более 7000 разговорных языков, перевод имеет большое значение, поскольку позволяет людям общаться и понимать друг друга. Как и во многих других профессиях, для письменных и устных переводчиков существуют этические нормы. Большинство из них были введены много веков назад и остаются актуальными и в наши дни. Однако сейчас мир быстро меняется, и появляются новые вызовы, такие как новые тенденции в нашем обществе, машинный и автоматизированный перевод, локализация, краудсорсинг и т. д. Все эти изменения влияют на практические и теоретические аспекты перевода. Таким образом, **проблема** заключается в определении новой переводческой этики и добавлении ее к существующим кодексам.

Актуальность данной темы заключается в том, что обновленные этические кодексы необходимы для подготовки будущих переводчиков, поскольку успех и качество их работы во многом зависят от понимания ими переводческой этики.

Давайте сначала рассмотрим основные этические нормы переводчика. Английский ученый Эндрю Честерман попытался определить основные области этики переводчика: репрезентация (исходного текста и автора), сервис (выполнение переговоров с клиентом), коммуникация (с клиентом и другими переводчиками), этика, основанная на нормах (основанная на ожиданиях, зависящих от каждого культурного места) и обязательства (ответственность) [1]. Многие исследователи считают эти определения слишком

расплывчатыми, однако они охватывают большинство этических норм работы переводчика и остаются актуальными и сегодня.

Хотя существует множество других различных подходов к определению переводческой этики, следующие важные моменты упоминаются практически в каждой работе по переводческой этике.

На мой взгляд, наиболее значимым из них является точность. Принято считать, что переводчики должны сохранять смысл, стиль и регистр исходного текста. Однако они также должны принимать во внимание межкультурные различия и конкретные ситуации.

Следующий этический стандарт - конфиденциальность. Этический кодекс для переводчиков, работающих с русским языком, подчеркивает, что независимо от того, насколько конфиденциальной является информация, переводчики должны уважать частную жизнь своего клиента, даже если они не подписывают соглашение о неразглашении [2]. С другой стороны, переводчики защищены законами об авторском праве, согласно которым за все вопросы авторского права, связанные с содержанием текста, отвечает автор оригинального текста.

Кроме того, большое значение имеет компетентность в вопросах языка, принципов перевода, культуры и технологии перевода.

Следующая норма, ответственность, заключается в соблюдении сроков, информировании клиента, если какие-либо требования выходят за рамки компетенции переводчика и т.д. Это можно применить почти ко всем профессиям.

Более того, хороший переводчик должен уважать все стороны, участвующие в выполнении задания на перевод, включая самих переводчиков, клиентов, агентства, с которыми они работают, коллег и т.д.

Даже в этом быстро развивающемся мире вышеперечисленные этические нормы останутся актуальными. Однако изменения в нашем обществе так или иначе затрагивают индустрию перевода. Появляются новые этические нормы и изменения, которые будут описаны в данной статье.

В последние несколько десятилетий появилось много работ, посвященных важности межкультурной компетенции в работе переводчика. В связи с этим появилась следующая норма - чувствительность к культурному непониманию. Это означает, что переводчики являются посредниками не только между двумя языками, но и разными культурами. Их цель - объединять людей, поэтому они должны знать о любых культурных различиях, которые могут помешать эффективной коммуникации, и по возможности стараться сгладить ситуацию.

Растущий поток информации вызывает такие требования, как быстрый перевод, иногда даже в ущерб качеству. Например, когда необходимо срочно перевести текст, который не предназначен для дальнейшей публикации и требует лишь общего понимания, в дело вступает машинный перевод. Практика использования машинного перевода приводит к так называемому отказу от ответственности [3]. Этот документ информирует клиента о том, что он осведомлен о недостатках машинного перевода. Следовательно, ответственность как норма не совсем применима к некоторым аспектам переводческой отрасли, таким как пост-редактирование машинного перевода.

Хотя следующая норма существует достаточно давно, в переводческой отрасли она получила широкое распространение совсем недавно - это "Отсутствие дискриминации по возрасту, полу, внешнему виду и т.д.". При подборе письменного/устного переводчика для выполнения задания не рекомендуется указывать такие параметры, как возраст, пол, внешность и т.д., если они не имеют решающего значения для требований к работе. Раньше часто можно было встретить объявление, в котором требовались либо "симпатичные молодые девушки", либо "мужчины-переводчики со знанием техники". Однако сегодня и клиенты, и бюро переводов заботятся о том, чтобы таких инцидентов не было. Современные тенденции в области перевода, такие как гендерная нейтральность, доказывают это.

Всем известно, что этика и этикет - разные понятия, но термин "этикет" все же является частью гораздо более широкого понятия этики. В связи с этим некоторые практикующие переводчики подчеркивают важное понятие "нетикет" (англ. *netiquette*). Оно относится к этикету общения через Интернет [3]. Это особенно важно в переводческой отрасли, поскольку в наши дни над текстом работает не один переводчик, а целая команда: редакторы, корректоры, менеджеры проектов, рецензенты, руководители групп и т. д. Поэтому очень важно научиться правильно общаться не только с клиентом, но и с остальными членами команды.

В заключение хотелось бы еще раз подчеркнуть важность этики в переводе в наши дни. Конечно, многое меняется, появляются новые тенденции и технологии, о чем было сказано выше. Однако некоторые вещи остаются неизменными, и это чрезвычайно важно. Приверженность этическим стандартам, таким как точность, ответственность, компетентность, конфиденциальность, уважение к клиенту и коллегам, - это то, что помогает переводчикам хорошо выполнять свою работу и поддерживать престиж этой профессии.

Список использованной литературы

1. Chesterman, A. [Электронный ресурс] Proposal for a Hieronymic oath. The translator: Studies in intercultural communication. Special issue: The return to ethics 7(2). URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13556509.2001.10799097> (дата обращения: 19.04.2022)
2. Code of Ethics for Translators. [Электронный ресурс] URL: https://translation-ethics.ru/code_en/ (дата обращения: 21.04.2022)
3. Translator Tips – Tips for Success (2018). [Электронный ресурс] URL: <https://accuratelanguageservices.com/translator-tips-1/> (дата обращения: 17.04.2022)
4. Чакырова Ю. И. Постредактирование в транслатологической парадигме [Электронный ресурс]: Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2013. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/postredaktirovanie-v-translatologicheskoy-paradigme> (дата обращения: 02.05.2022).

**МОСКОВСКИЙ ЗАВОД ФРАНЦУЗСКОЙ ФИРМЫ «ГНОМ И РОН»: ИСТОРИЯ
СОЗДАНИЯ
(ПО МАТЕРИАЛАМ РОССИЙСКИХ АРХИВОВ)**

Аннотация. В статье описывается деятельность французской фирмы «Гном и Рон». Описываются её шаги по продвижению на российский рынок авиационного моторостроения на взаимовыгодных условиях. Показывается организационная деятельность «Гном и Рон». Французское общество оперативно (за год) организовало в Российской империи, по сути, единственное мелкосерийное производство двигателей. В статье используются материалы из Национальной библиотеки Франции. Научная новизна определяется и тем, что в статье впервые вводятся в научный оборот неопубликованные источники из Центрального государственного архива города Москвы и Российского государственного исторического архива.

Annotation. The article describes the activities of the French firm Gnome & Rhône. Describes its steps to promote the Russian market of aircraft engine building on mutually beneficial terms. The organisational activities of Gnome & Rhône are shown. The French society promptly (within a year) organized, in fact, the only small-scale production of engines in the Russian Empire. The article uses materials from the French National Library. The scientific novelty is also determined by the fact that the article for the first time introduces unpublished sources from the Central State Archive of Moscow and the Russian State Historical Archive.

Ключевые слова: история авиационной промышленности, Гном и Рон, Москва, мотор

Keywords: history of aircraft industry, Gnome & Rhône, Moscow, motor

К началу Первой мировой войны в Российской империи было всего 2 завода, специализирующихся на производстве авиационных двигателей: один в Риге – завод «Мотор», нем был изготовлен первый авиационный двигатель в стране; второй в Москве – завод «Гном». Изделия московского завода широко использовались в авиационном строительстве России, однако история его создания все еще имеет много «белых пятен».

Материалы Центрального государственного архива города Москвы, Российского государственного исторического архива и Национальной библиотеки Франции помогают проследить производственную деятельность французского общества «Гном и Рон» в Москве.

«Société des Moteurs Gnômes» («Общество Моторов Гном») было основано в июне 1905 года сроком на 50 лет для фабрикации (изготовления) и эксплуатации разного типа двигателей. Основной капитал общества был 1200000 франков, разделенных на 12000 акций по 100 франков каждая [4, Л. 14]. Правление находилось в Париже по адресу улица Лаффит №49 [4, Л. 6].

Совет правления состоит из лиц, пользующихся деловой репутацией. Его состав был следующий: председатель Луи Сеген, инженер Лоран Сеген, подполковник Удай, капитан Ренар, Луи Жавей, Мартенан, Директор распорядитель Рене Люке Сан-Жермен [4, Л. 14].

Во Франции общество занималось широким спектром деятельности: постройкой, производством, покупкой, продажей, обменом, прокатом, содержанием, починкой и установкой моторов нефтяных, на маслах, газовых и других моторов, их частей, приспособлений, локомотивов, автомобилей, лодок, и т.д., и вообще всякого рода механических сооружений.

Однако общество приобрело известность благодаря авиационному двигателестроению. Мотор «Гном» типа «Омега» был сделан специально для авиации, являлся наиболее распространенным мотором своего времени из-за своей легкости и в тоже время прочности благодаря никелевой стали высокого качества. Мотор в 50 лошадиных сил (HP) с 7 цилиндрами весил 76 кг [3, с. 21].

Вначале 1912 г. начинаются контакты фирмы с русским Военным министерством на предмет относительно крупного контракта на поставку 50 моторов «Гном» мощностью 60 л. с. Военные всех передовых стран понимали важность авиации для ведения боевых действий. Одним из условий контракта была организация завода в России. Сначала его планировалось построить в Санкт-Петербурге, но потом выбор пал на Москву [2, с. 42].

С практической целью реализации проекта завода французского общества в Москве, летом 1912 г. в Россию приехал Председатель Совета Правления – Луи Сеген.

В Москве общество арендовало землю и завод у немки А. Л. Дангауэр. Земля находилась в Лефортовской части, по Николаевской улице, под №18. Арендована была земля площадью около 6000 квадратных метров, с каменным одноэтажным домом с мезонином и каменной одноэтажной пристройкой – помещение для завода с погребом, прачечной, сторожкой, деревянным сараем и клозетом для рабочих.

Заводское помещение состояло из: мастерской размером 30 на 11 метров, моторного отделения размером 5 на 11 метров, здесь находились: американский вентилятор 6 диаметра с железными трубами, форсункой и прочими принадлежностями, калифорнийский насос, для водопровода со шкивом и трубопроводом в дом и колодцу, бак железный с проводами, подающий нефть в кузницу к нефтяной печи, динамо-машина

постоянного тока мощности 2860 ватт для электрического освещения мастерки, кузница с двумя устроенными горнами с зонтами и одной нефтяной печью [4, Л. 34-35].

Московский завод был торжественно открыт в сентябре 1912 г. в присутствии генерала Каульбарса А.В. (член Военного совета) и генерала Шишкевича М.И. (начальник Воздухоплавательной части Главного управления Генштаба) [6]. Выпуск моторов на новом заводе начали в апреле 1913 г. В этом же году, 23 августа, императором были утверждены условия деятельности в России и устав французского акционерного общества, под наименованием: «Анонимное общество моторов Гном» (*Société des Moteurs Gnome*). Капитал общества для производства операций в России составил 500 тыс. франков.

Через два года наименование фирмы было изменено на «Анонимное общество моторов Гном и Рон» (*Société des Moteurs Gnome et Rhône*), с соответственным изменением условий деятельности общества в России. Переименование общества объясняется приобретением им во Франции всего принадлежащего французскому «Анонимному обществу моторов Рон» (*Société des Moteurs et Rhône*) [4, Л. 84].

Французской компании было выгодно открывать отделение в России, ведь 43% от прибыли она получала за комиссию и лицензионные отчисления [2, с. 46]. Россия также, безусловно, получала выгоду от создания завода по производству и ремонту авиационных двигателей, ведь моторы французского производителя использовались на таких летательных аппаратах, как «С-12», «С-12» бис, спроектированные И.И. Сикорским, «Лебедь-ХVI», «Дукс» и др.

Работа на заводе велась постоянно. Производственная необходимость данного завода, доказывается постоянным ростом числа рабочих и заказов. В ноябре 1913 г. в нем числилось 55 рабочих, но все увеличивающиеся заказы требовали больше рабочих рук: в феврале 1914 г. было 64 рабочих, а уже в июне того же года 93, рост в 45% соответствовал увеличению заказов [5, Л. 71]. К 1914 г. там делали по 7–10 двигателей в месяц [1, с. 25].

Тесное взаимовыгодное сотрудничество между правительственными структурами и Правлением французской фирмы позволило оперативно (за год) организовать в Российской империи, по сути, единственное мелкосерийное производство двигателей.

Литература

1. Котельников В.Р. Отечественные авиационные поршневые моторы (1910-2009). – Москва : Рус. фонд содействия образованию и науке, 2010. – 494 с.
2. Попов А. М. Неудачный опыт освоения технологии серийного производства авиационных двигателей в России на примере московского завода французской

- фирмы «Гном и Рон»: 1912–1917 гг. (металлургический аспект) / Вопросы истории естествознания и техники. – 2019. – Т. 40, № 1. – С. 38 - 60.
3. Рынин Н.А. Аэроплан Фармана и двигатель «Гном»: Описание аэроплана и двигателя с многочисл. оригин. фот. в тексте и с прил. атласа черт. конструкции на 13 л. Имп. Всерос. аэроклуб. Науч.-техн. ком. – Санкт-Петербург : тип. Усманова, 1911. – 41 с.
 4. РГИА. Ф. 23. Оп. 12. Д. 1367.
 5. ЦГА Москва. Ф. 1100. Оп. 1. Д. 7.
 6. Russie. Une usine Gnome à Moscou / La Revue aérienne. – Paris: 40 rue des Mathurins, 1913. [Электронный ресурс] // URL: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k6555029t/f27.image.r> (Дата обращения: 24.03.2022).

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ
АУТСОРСИНГА**

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы совершенствования управления компанией с использованием аутсорсинга. Компания «КДЛ ОЛИМП» является крупнейшей сетью клинико-диагностических лабораторий и с 2007 года осуществляет деятельность на казахстанском рынке лабораторной диагностики. Проблема заключается в необходимости перераспределения организационных ресурсов компании путем эффективного выведения непрофильной деятельности в аутсорсинг. Целью статьи является разработка рекомендаций по совершенствованию управления сети «КДЛ ОЛИМП» с использованием аутсорсинга. С помощью SWOT-анализа была проанализирована компания на предмет внедрения аутсорсинга и принято соответствующее управленческое решение о его целесообразности. На примере аутсорсинга логистических услуг произведено экономическое обоснование.

Annotation. The article deals with the issues of improving company management using outsourcing. The company «KDL OLIMP» is the largest network of clinical diagnostic laboratories and since 2007 has been operating in the Kazakh market of laboratory diagnostics. The problem lies in the need to redistribute the company's organizational resources by effectively outsourcing non-core activities. The purpose of the article is to develop recommendations for improving the management of the «KDL OLIMP» network using outsourcing. With the help of a SWOT analysis, the company was analyzed for the introduction of outsourcing and an appropriate management decision was made on its expediency. An economic justification has been made on the example of outsourcing of logistics services.

Ключевые слова: аутсорсинг, сеть лабораторий, совершенствование управления компанией, логистические услуги

Keywords: outsourcing, network of laboratories, improvement of company management, logistics services

Экономическое развитие и конкурентная среда, в которой находятся компании, обуславливают применение новых стратегий для того, чтобы выжить на рынке и сохранить свою конкурентоспособность. Это требует использования новых технологий и

инструментов, которые будут обеспечивать гибкость, рациональное использование ресурсов и стабильное функционирование предприятия. Одним из направлений для приспособления бизнеса к современному рынку является внедрение аутсорсинга.

Компания «КДЛ ОЛИМП» является крупнейшей сетью клинико-диагностических лабораторий и с 2007 года осуществляет деятельность на казахстанском рынке лабораторной диагностики. В Казахстане компания представлена более 400 процедурными кабинетами и 18 лабораториями.

На сегодняшний день значительная часть рабочего времени административно-управленческого, хозяйственного персонала, и ключевых специалистов «КДЛ ОЛИМП» расходуется на функции, не связанные с основной деятельностью организации. Таким образом проблема заключается в необходимости перераспределения организационных ресурсов компании путем эффективного выведения непрофильной деятельности в аутсорсинг.

Открытость отраслевых национальных рынков и интеграционные процессы усиливают конкуренцию. Следствием этого является деятельность компании, направленная на рост конкурентоспособности и эффективности хозяйственной деятельности [1, с. 588].

Борьба за потребителя включает не только изменения качества товаров и услуг, но и повышения качества послепродажного сервиса.

Все это послужило началом того, что многие современные компании прибегают к выводу некоторых своих функций из структуры во внешние организации, данный способ называется аутсорсинг. Аутсорсинг позволяет снизить затраты на реализацию выделенной функции и повысить качество предоставляемых товаров и услуг [2, с. 225].

Можно выделить несколько предпосылок для внедрения аутсорсинга на предприятии:

1. Высокая динамика бизнеса. Под этим понимается умение и способность предприятия реагировать на изменения в среде [3, с. 475].
2. Освобождение руководства от рутинных операций стратегического управления, производимых во время стратегического управления.
3. Недостаточная квалификация кадров и отсутствие нужных навыков. Многие, проекты в цифровой век требуют у работников определенных профессиональных навыков и знаний. Не всегда предприятие может себе позволить нанять квалифицированных специалистов на полный рабочий день [4, с. 192].
4. Повышение качества обслуживания. Нередко бывает так, что у каждого подразделения или филиала какой-либо организации есть своя система технической поддержки, что очень сильно сказывается на качестве обслуживания

клиентов. Имея единого поставщика услуг техподдержки, предприятие выигрывает в качестве сервиса и в стандартизации обслуживания.

5. Оптимизация управления процессами. Аутсорсеры получают свои деньги благодаря стандартизации всех процессов. Таким образом, следуя определенной модели, можно заставить своих работников следовать определенным стандартам финансовой деятельности [5, с. 405].
6. Достижение объективности. Иногда персонал, знающий в совершенстве определенную технологическую базу, не может от нее отказываться и не в состоянии принять определенное решение без помощи специалиста или квалифицированного консультанта. Аутсорсинг дает решение этой проблемы, позволяя нанять такого специалиста, который может найти оптимальное решение данной проблемы [6, с. 75].

Таким образом, постепенное совершенствование бизнес-среды и производства позволяет предприятию эффективно масштабироваться по сравнению с другими конкурентами, позволяя оставаться «в игре» и увеличивать свою долю на рынке.

Один из концептуальных методов анализа это - SWOT-анализ, который отмечается эффективным инструментом разработки управленческих решений и оптимизации внутренних процессов.

Была сформирована матрица SWOT-анализа. Она представлена в виде таблицы 1.

Аутсорсинг для «КДЛ ОЛИМП» целесообразен и оправдан, поскольку позволяет решить ряд производственных проблем, расширить спектр лабораторных исследований и получить как качественные, так и экономические выгоды.

«КДЛ ОЛИМП» прибегает к услугам аутсорсинга логистических услуг для таких целей, как: сокращение бизнес-расходов; повышение экономической эффективности организации; улучшение выполнения бизнес-процессов, реализация которых обеспечивается поставщиком услуг аутсорсинга; оптимизация структуры персонала организации. организация; сокращение возможных дополнительных расходов, которые организация может понести, если она развивает виды деятельности, которые их не касаются.

Был проведен анализ целесообразности передачи на аутсорсинг бизнес-процессов логистики компании, т.е. насколько это может быть эффективным с точки зрения затрат.

Таблица 1.

SWOT-анализ «КДЛ ОЛИМП»

Категория анализа	Факторы
Сильные стороны «КДЛ ОЛИМП»	<ul style="list-style-type: none"> – высокая рентабельность (S1); – низкие издержки на трудовые ресурсы (S2); – низкие общие издержки (S3); – высокая производительность труда (S4); – качественно выполненный процесс (S5).
Слабые стороны «КДЛ ОЛИМП»	<ul style="list-style-type: none"> – вероятность утечки конфиденциальной информации (W1); – низкая оперативность реагирования на чрезвычайные ситуации (W2); – потеря контроля над ходом процесса, передаваемого на аутсорсинг (W3); – низкий рейтинг компании (W4); – дополнительные затраты на исправление ошибок компании-аутсорсера (W5).
Возможности «КДЛ ОЛИМП»	<ul style="list-style-type: none"> – участие в государственных тендерах (O1); – улучшение условий сотрудничества с контрагентами (O2); – совершенство перед конкурентами (O3); – увеличение клиентской базы (O4); – сокращение налоговых обязательств (O5).
Угрозы для «КДЛ ОЛИМП»	<ul style="list-style-type: none"> – несовершенство законодательной базы (T1); – некомпетентность поставщиков (T2); – отсутствие реестра компаний, оказывающих услуги аутсорсинга (T3); – отсутствие электронной платформы для обмена информацией между компаниями-заказчиками и компаниями-аутсорсерами (T4); – отсутствие налогового режима для применения аутсорсинга (T5).

Произведено выделение таких видов затрат компании, как – заработная плата штатных работников, связанных с осуществлением в «КДЛ ОЛИМП» функций снабжения и хранения. Функции по снабжению возложены на штатных сотрудников в количестве 6 человек. Персональные ДИ регламентируют перечень обязанностей между данными сотрудниками.

Общая стоимость организации функции снабжения и хранения составила 75180 тыс. тг.

Анализ позволил определить предварительную стоимость услуг потенциальных подрядчиков в регионе. Выяснилось, что их услуги на рынке определяются налоговой ставкой от 5 до 10% от суммы сделки по договору поставки материалов.

Учитывая, что годовой спрос на расходные материалы должен составить 5850 тыс. тг., услуги аутсорсера могут варьироваться от 292 тыс. тг. до 585 тыс. тг.. Предварительный расчет общего экономического эффекта в этом случае проводился при максимальной стоимости услуг - 10%, или 585 тыс. тг.

В этих первоначальных условиях предварительный экономический эффект составил: 75669 тыс. тг. – 585 тыс. тг. = 75084 тыс. тг.

Предварительный расчет внедрения аутсорсинга показал положительный общий экономический эффект в размере 75084 тыс. тг. – т.е. собственные затраты превышают затраты на привлечение сторонней организации, поэтому можно говорить о возможности использования аутсорсинга.

Таким образом, мы можем сказать, что внедрение аутсорсинга в «КДЛ ОЛИМП» позволило компании сосредоточить ресурсы управления на основном бизнесе, сократив количество объектов управления, высвободив ресурсы компании, а также улучшив качество функций снабжения и хранения и повысив эффективность управления организации в целом.

Литература

7. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты // М.: РИА «Стандарты и качество». 2017. С. 588-590.
8. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента // М.: ИНФРА-М. 2018. С. 225-230.
9. Бравар Ж.Л. Эффективный аутсорсинг. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений // Баланс Бизнес Букс. 2018. С. 475-480.
10. Михайлов Д.М. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса // М.: КНОРУС. 2021. С. 192-196.
11. Куприн Е.В. Использование аутсорсинга филиалами // М.: Дело. 2021. С. 405-406.
12. Рынок аутсорсинговых Call-центров (центров обработки вызовов) // М.: РБК. 2017. 75 с.

Literature

1. Andersen B. Business processes. Tools // М.: RIA "Standards and Quality". 2017. P. 588-590.

2. Anikin B.A., Rudaya I.L. Outsourcing and outstaffing: high technologies of management // M.: INFRA-M. 2018. P. 225-230.
3. Bravar J.L. Efficient outsourcing. Understanding, planning and using successful outsourcing relationships // Balance Business Books. 2018. P. 475-480.
4. Mikhailov D.M. Outsourcing. New business organization system // M.: KNORUS. 2021. P. 192-196.
5. Kuprin E.V. The use of outsourcing by branches // M.: Delo. 2021/ P. 405-406.
6. The market of outsourcing Call-centers (call centers) // M.: RBC. 2017. 75 p.

*Напольских Д.Л., кандидат экономических наук,
доцент кафедры управления и права
Поволжский государственный технологический университет,
Россия, г. Йошкар-Ола*
*Опарина У.В.
студент
3 курс, факультет управления и права
Поволжский государственный технологический университет,
Россия, г. Йошкар-Ола*

ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ

Аннотация. Поскольку развитие страны во многом зависит от того, насколько эффективно будут функционировать предприятия различных отраслей (в рамках настоящей статьи – легкой промышленности), необходимость в поддержке развития промышленного производства остается по-прежнему важной задачей. Этим объясняется актуальность данной статьи. Цель работы заключается в том, чтобы проанализировать состояние отечественной легкой промышленности в настоящее время.

Annotation. Since the development of the country largely depends on how efficiently the enterprises of various industries will function (in the framework of this article - light industry), the need to support the development of industrial production remains an important task. This explains the relevance of this article. The purpose of the work is to analyze the current state of the domestic light industry.

Ключевые слова (легкая промышленность, Стратегия, отрасль, сектор, продукция, субсидии).

Keywords (light industry, Strategy, industry, sector, products, subsidies).

Для грамотного выстраивания алгоритма развития отечественной легкой

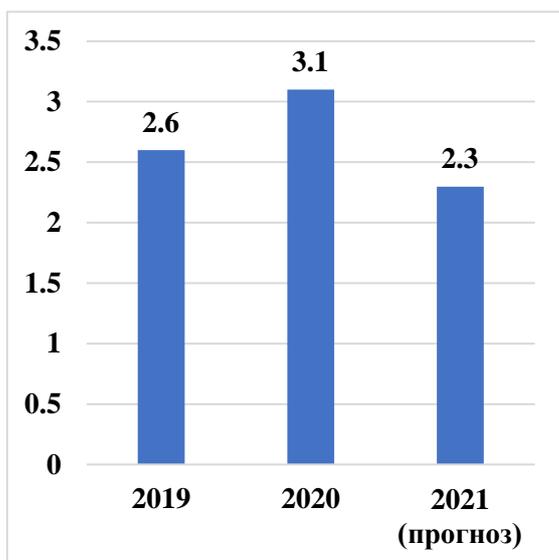


Рисунок 1. Объем финансирования легкой промышленности, млрд руб. (Источник: Данные Минпромторга России)

промышленности необходимо четко определить, что необходимо сделать, чтобы добиться ее сохранения и развития, учитывая при этом высокую роль конкуренции со стороны развитых стран и преобладающего импорта, а также наметить инструменты государственной поддержки. Оперативное решение этих задач это во многом определит судьбу отечественного легпрома.

В отчете «Основных результатах деятельности Минпромторга России за 2019 и 2020 годы» было указано, что объем финансирования за 2018-2020 гг. составил более 9 млрд руб. (см. Рисунок 1) [8].

В 2021 году, общая сумма субсидий для легпрома составила 2,28 млрд руб. (339,2 млн руб. были направлены на компенсацию потерь в производстве камвольных тканей; 217,8 млн руб. – на субсидирование затрат по производству пряжи и тканей из льна; 1,223 млн руб. – на субсидии для стимулирования спроса и повышения конкурентоспособности продукции отрасли; 500,0 млн руб. – субсидирование части затрат на обслуживание кредитов на пополнение оборотных средств) [7].

Все это свидетельствует о том, что государство заинтересовано поддержке развития отечественной легкой промышленности, несмотря на то, что продукция данной отрасли по значимости для россиян уступает продовольственным и многим другим товарам (см. Рисунок 2). Относительно 2020 года структура импортных товаров практически не изменилась: по-прежнему высокий спрос имеет высокотехнологичное оборудование и машины, продовольствие, фармацевтические товары и т.д.

Но несмотря на все меры поддержки отечественной легкой промышленности продолжает сохраняться преобладание импорта над экспортом. Так, большую часть товаров легпрома в Россию по-прежнему ввозят из-за границы (см. Рисунок 3). На сегодняшний день безусловными лидерами в сегменте лёгкой промышленности являются Китай, Индия, Турция и Бангладеш [3].

Мер поддержки легкой промышленности, как финансовых, так и регуляционных на сегодняшний момент существует достаточное количество, все они в той или иной степени

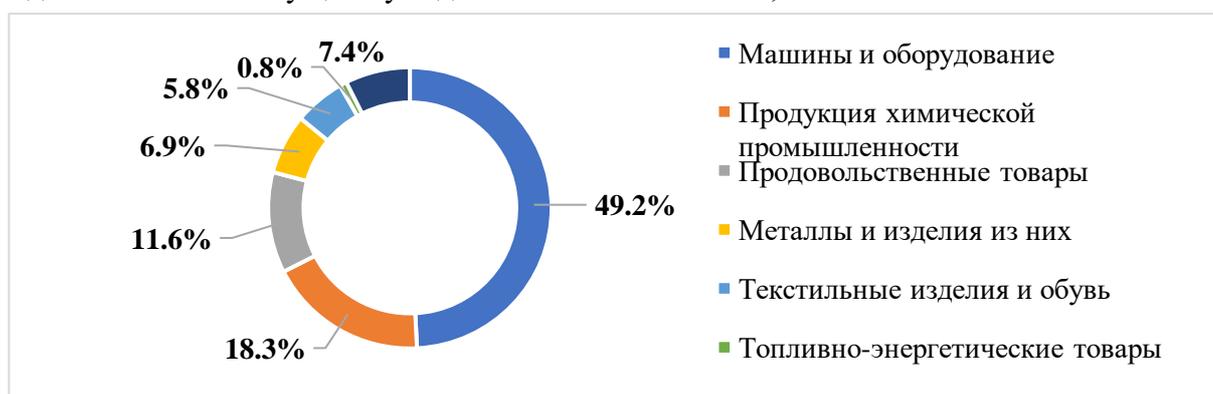


Рисунок 2. Товарная структура импорта за 2021 г., % (Источник: Данные ФТС России)

уже были испробованы, главное, чтобы они своевременно вводились, чтобы отрасль выстояла и приумножала свой потенциал.

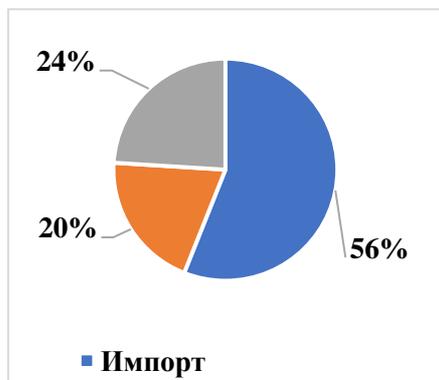


Рисунок 3. Структура рынка товаров легкой промышленности (Источник: данные Минпромторга России)

Стратегия. Одним из основных инструментов государственной политики в решении проблем легкой промышленности и привлечении инвестиций для ее эффективного развития является Стратегия [17]. Данный документ определяет приоритеты, инструменты и необходимые условия для развития и повышения инвестиционной привлекательности легкой промышленности в Российской Федерации на определенный период [9].

В отчете о работе по направлению аудита промышленности и технологического развития Счетной палаты Российской Федерации в 2020 году (Приложение № 8) в заключении на внесение изменений в госпрограмму «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» отмечалось, что «не утверждены стратегии развития ... легкой промышленности...». В основном вышеуказанные замечания учтены (или, согласно полученной информации, будут учтены) Минпромторгом России при внесении очередных изменений в соответствующие госпрограммы [10]. Однако, разработанный в 2015 году проект «Стратегии развития легкой промышленности в Российской Федерации на период

до 2025 года» к настоящему моменту не стал полноценной Стратегией. Думается, пройдет еще какое-то время, прежде чем идеи, которые предложила новая редакция, будут как следует проработаны.

Одним из существенных недостатков проекта Стратегии до 2025 года является то, что она включает в перечень конкурентных преимуществ ориентацию на низкую оплату труда, что приводит к оттоку кадров и росту «кадрового голода». Также переориентация на синтетическое производство, думается, может решить в какой-то мере проблему импортной зависимости, однако, с другой стороны, это может привести к закрытию многих заводов и

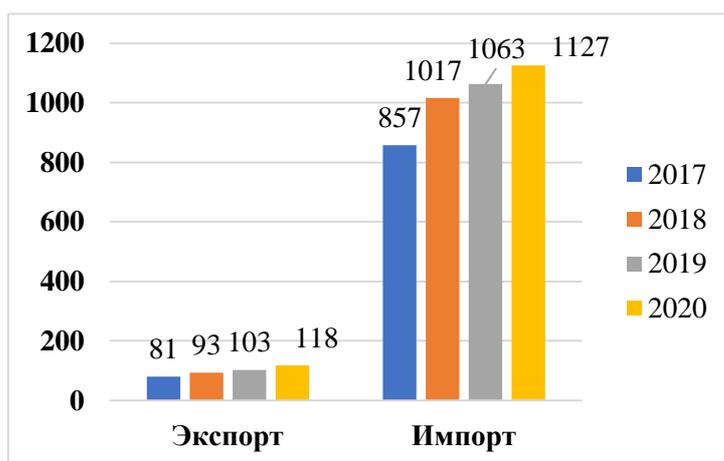


Рисунок 4. Динамика развития легкой промышленности 2017-2020 г., млрд руб. (Источник: Данные Минпромторга России)

производств, специализирующихся на натуральных тканях (из льна, шерсти и хлопка). Это подчеркивает важность развития собственной сырьевой базы натуральных волокон для повышения конкурентоспособности отечественной легкой промышленности.

Стратегия необходима отрасли, так как она служит ориентиром, по которому следует

двигаться легкой промышленности, чтобы иметь представление о том, как будет идти развитие рынков, какое сырье и продукция будут востребованы в будущем, а также поможет сложить картину о том, какими необходимо пользоваться конкурентными преимуществами для наращивания своего рынка и за рубежом.

COVID-19. В период пандемии коронавируса предприятия легпрома (как показала работа и легкой промышленности, и Минпромторга) показали, что способны легко и эффективно закрыть любую нишу, которая возникает на рынке (это можно судить по тому, как быстро они демонстрировали переключение на производство масок, защитной одежды и т.д.). То есть, если возникает спрос, то происходит и мгновенная реакция на любые изменения. Также можно отметить, что к 2020 г. прослеживается увеличение экспорта товаров легпрома (см. Рисунок 4). Причиной тому является, видимо, ослабление карантинных мер. Уход некоторых брендов с российского рынка знаменует для большинства промышленников открытия «окна возможностей».

Таким образом, несмотря на пандемию коронавируса предприятия легкой промышленности развиваются. Такой рост невозможен без государственной поддержки:

только в прошлом году федеральные субсидии составили 2,28 млрд руб., но, конечно же, есть и проблемы – это оборудование и кадры. Остановимся подробнее на втором.

Кадры, оплата труда. Несмотря на то, что к 2020 г. по сравнению с 2017 г. заработная плата в подотраслях повысилась (кроме производства одежды), она все же остается одной из самых низких в России. Как пример, в 2020 г. размер заработной платы в среднем по РФ составлял 51344 руб. (зарплата в ОКВЭД 13, ОКВЭД 14, ОКВЭД 15, ниже чем средняя по России на 41%, 59% и 48% соответственно) [12].

Мы видим, что наибольшая средняя заработная плата у работников, занятых в производстве текстильных изделий – 30101,2 руб., а наименьшая у работников, занятых в производстве одежды – 20927,4 руб. (см. Таблица 1) [4;5].

Таблица 1

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций по видам экономической деятельности в Российской Федерации за 2017-2020 гг., руб.

Отрасль	2017	2018	2019	2020
Производство текстильных изделий (ОКВЭД 13)	22370,6	25178,7	26465,7	30101,2
Производство одежды (ОКВЭД 14)	20298,5	19818,5	21065,4	20927,4
Производство кожи и изделий из кожи (ОКВЭД 15)	20193	23576	25680,3	26913,4

Можно предположить, что одной из причин таких низких зарплат является то, что на теневой бизнес приходится высокий процент производства, и, наряду с этим, продажа российской и зарубежной контрафактной продукции и импорт, в связи с чем с 1 июня 2018 г. в России была предпринята попытка введения маркировки продукции (Постановление Правительства РФ от 30.05.2018 N 620 «О проведении эксперимента по маркировке средствами идентификации обувных товаров на территории Российской Федерации»). В дальнейшем, с 1 июля 2020 г. в России Постановлением Правительства РФ от 05.07.2019 N 860 был официально запрещен оборот обуви без уникального цифрового кода [18], что говорит об успешности проведенного эксперимента, и принятии Постановления Правительства РФ от 31.12.2019 г. №1956, которое определило необходимость процедуры обязательной маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации. Поскольку данные меры направлены на сокращение оборота контрафактной продукции на территории РФ, они имеют в приоритете противодействие правонарушениям законодательства в сфере интеллектуальной собственности, а также таможенного и налогового [1].

Однако, несмотря на данные меры, согласно исследованию ТИАР-Центра «Рассадники контрафакта», опубликованному в 2020 году, «объем оборота контрафактной непищевой продукции составляет в стране 5,2 трлн руб. Прежде всего это товары легкой промышленности, детские игрушки, бытовая техника и т.д.». Все это говорит о том, что COVID-19 значительно поспособствовал росту теневого сектора экономики, поскольку падение доходов населения вынуждало переходить на поддельные товары [2].

Низкая оплата труда является серьезной причиной, по которой молодые специалисты не имеют стремления работать в данной отрасли, поэтому предприятия легпрома страдают острой нехваткой рабочей силы. Даже несмотря на всевозможную поддержку государства (об этом упоминалось выше), ее уровень, в сравнении с другими отраслями, занимает одно из самых последних мест [16].

Думается, для преодоления «кадрового голода» необходимо изменить налогообложение в отрасли. Также во многом благодаря государственным

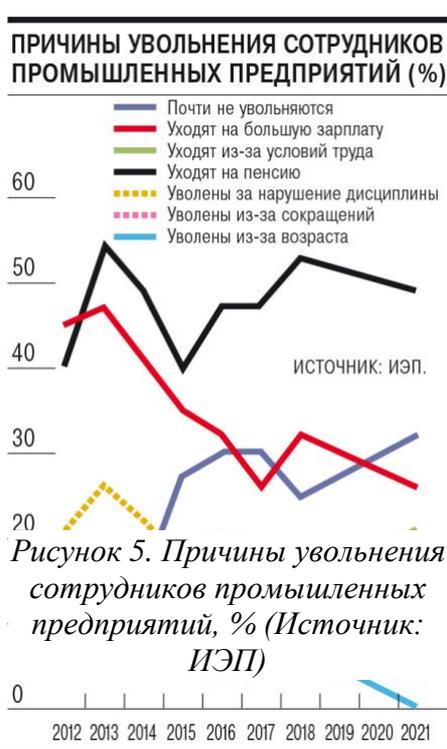


Рисунок 5. Причины увольнения сотрудников промышленных предприятий, % (Источник: ИЭП)

производственным программам и оперативному государственному регулированию, отечественный легпром сможет повысить конкурентоспособность на рынке. Необходимо учитывать причины, по которым промышленные предприятия каждый год теряют своих сотрудников. Для примера можно сослаться на опрос руководителей промышленных предприятий, проведенный Институтом экономической политики (ИЭП) (см. Рисунок 5) [6], и сделать некоторые выводы.

Мы можем отметить, что выход на пенсию является наиболее частой причиной увольнения сотрудников, которую отмечают опрошенные руководители (поскольку занятые на промышленном производстве относятся в основном к старшим возрастам ввиду отсутствия заинтересованности молодежи в том, чтобы работать в данной отрасли). Также весомой причиной является низкая оплата труда.

Новые специальности. Поскольку рынок и технологии активно изменяются, за этим следует появление новых специальностей в отрасли легкой промышленности, которые готовы экспериментировать и внедрять новые технологии для модернизации производства. Как пример, стоит отметить несколько новых профессий в отрасли легкой промышленности, которые появятся до 2030 года (некоторые из них уже начали приобретать актуальность, в связи с тем, что с течением времени развитие отрасли все

больше и больше определяют тренды) [15]: программист электронных «рецептов» одежды, специалист по рециклингу одежды, эксперт по здоровой одежде, проектировщик новых тканей, техно-стилист, разработчик ИТ-интерфейсов в легкой промышленности.

С одной стороны, клиенты испытывают большую потребность в удобной одежде, изготовленной из экологически чистых материалов, но вместе с тем, чтобы их производство и утилизация не наносили большого вреда окружающей среде (например, биоразлагаемые материалы). Поэтому появление новых специальностей, способных с помощью нового подхода к производству удовлетворить данные предпочтения, выглядит очень заманчивой.

Это совершенно новое отношение к одежде и к окружающей среде, поскольку к сожалению, на сегодняшний день индустрия моды занимает практически второе место по загрязнению окружающей среды. То есть, если 80 млрд единиц одежды, обуви и аксессуаров производится ежегодно, то уже 75% в этом же году оказываются на свалке. «По оценкам экспертов, она производит 5-8% от всех глобальных выбросов парниковых газов... Стимулом для развития новых технологий по созданию новых материалов (включая из переработанных старых волокон) может послужить отказ от ископаемого топлива к 2030 году» [11].

Выводы. Резюмируя вышеизложенное, можно отметить, что динамика развития отечественной легкой промышленности продолжает занимать низменное положение в секторе российской экономики. Об этом говорит спад производства трикотажа, обуви и швейных изделий, также присутствует большая доля контрафактных товаров, изготавливаемых подпольным производством. Также отрасль имеет слабые стороны в виде таких проблем, как значительный износ производственного оборудования, отсутствие престижа, низкая оплата труда, что объясняет причину непривлекательности отрасли для молодых работников. Все это тормозит выход из кризиса, а вместе с тем снижается спрос на продукцию данной отрасли и повышается конкуренция на внутреннем рынке, что объясняется увеличением доли импортного товара, который, будучи дешевле отечественного, вполне отвечает требованиям клиентов, имеющих средний достаток. Самым крупным поставщиком текстильных изделий в Россию является Китай, Беларусь, Германия и Корея доля которых составляет соответственно 36%, 12%, 2% и 4% [14]. Кроме того, в нашу страну поступает одежда и обувь из Вьетнама (10%), Турции (8%), Италии (3%) и т.д. [13].

Также стоит отметить, что в настоящее время идет активное развитие нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность легкой промышленности. Конечно, принято ряд приказов и постановлений, однако, этого недостаточно для того, чтобы достаточно оперативно поспособствовать выводу легпрома на более высокий уровень. Думается,

скорее прояснить данную ситуацию можно было бы с помощью Стратегии, которая, к сожалению, пока остается на стадии проекта. Однако, с другой стороны, во избежание провала излишняя спешка не требуется, поэтому доработка и проведение дополнительных экспертных оценок ведется и по настоящее время, ведь на основе положений данной Стратегии может в дальнейшем вестись разработка госпрограмм развития легпрома субъектов РФ.

Использованные источники

1. Анализ рынка обуви в России в 2016-2020 гг., оценка влияния коронавируса и прогноз на 2021-2025 гг. // МАГАЗИН ИССЛЕДОВАНИЙ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://marketing.rbc.ru/research/27662/>. (Дата обращения 18.06.2022).
2. Анохин К. Контрафакт распространяется как вирус / К. Анохин // Партнерские приложения и тематические проекты РБК+. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://plus.rbc.ru/news/5f87765a7a8aa9d887869d34>. (Дата обращения 20.06.2022).
3. Вильде О. Техническая от-кутиур: какую одежду будут шить в России? / О. Вильде // СБЕР Про|Медиа. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://sber.pro/publication/tekhnicheskaja-ot-kutiur-kakuiu-odezhdu-budut-shit-v-rossii>. (Дата обращения 18.06.2022).
4. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) // ЕМИСС. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://fedstat.ru/indicator/58701>. (Дата обращения 20.06.2022).
5. Кожаный профицит: как кожевенная отрасль переживает пандемию// СБЕР Про|Медиа. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://sber.pro/publication/kozhanyi-profitsit-kak-kozhevennaia-otrasl-perezhivaet-pandemiiu>. (Дата обращения 18.06.2022).
6. Мануйлова А. Промышленность теряет кадры / А. Мануйлова // Газета Коммерсантъ № 157 (7119) от 02.09.2021. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4967537>. (Дата обращения 21.06.2022).
7. Меры господдержки | Легпром // ЛЕГПРОМ России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.ruslegprom.ru/mery-podderzhki/>. (Дата обращения 18.06.2022).
8. Минпромторг России: «Основные результаты деятельности Минпромторга России за 2019 и 2020 годы» // МИНПРОМТОРГ России. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL:

https://minpromtorg.gov.ru/docs/#!osnovnye_rezultaty_deyatelnosti_minpromtorga_rossii_i_za_2019_i_2020_gody. (Дата обращения 19.06.2022).

9. Минпромторгом России намечены направления развития легкой промышленности Российской Федерации // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/50795.html/>. (Дата обращения 22.06.2022).

10. Отчет о работе по направлению аудита промышленности и технологического развития Счетной палаты Российской Федерации в 2020 году (Приложение № 8 к отчету о работе Счетной палаты Российской Федерации в 2020 году) // Счетная палата Российской Федерации. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: https://ach.gov.ru/upload/reports/2020_prom.pdf. (Дата обращения 18.06.2022).

11. Серган Э. Экологичной моды не существует: до 8% всех выбросов парниковых газов производят fashion-бренды / Э. Серган // Inc. Russia – Журнал для предпринимателей. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <https://incrussia.ru/understand/greenwashing-fashion/>. (Дата обращения 18.06.2022).

12. Справочная информация: «Среднемесячная заработная плата в целом по Российской Федерации» (Материал подготовлен специалистами КонсультантПлюс по данным Росстата) // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_326052/. (Дата обращения 20.06.2022).

13. Статистика внешней торговли России. Импорт обуви с резиновой, пластмассовой, кожаной подошвой и верхом из натуральной кожи в Россию // STATIMEX. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <https://statimex.ru/statistic/6403/import/def/world/RU/>. (Дата обращения 20.06.2022).

14. Статистика внешней торговли России. Импорт пропитанных текстильных материалов в Россию – статистика за 2020 год // STATIMEX. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <https://statimex.ru/statistic/59/import/def/world/RU/>. (Дата обращения 18.06.2022).

15. Тонунц Т.А. Атлас новых профессий. Легкая промышленность // ЛитРес. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <https://www.litres.ru/tatyana-aleksandrovna-tonunc/atlas-novyh-professiy-legkaya-promyshlennost/chitat-onlayn/>. (Дата обращения 19.06.2022).

16. Ховрачева П. Дефицит кадров в сфере легкой промышленности обсудили в СОЮЗЛЕГПРОМе / П. Ховрачева // Портал для профессионалов швейной отрасли - Proscapitalist. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL:

<https://procapitalist.ru/novosti-otrasli/defitsit-kadrov-v-sfere-legkoj-promyshlennosti-obsudili-v-soyuzlegprome>. (Дата обращения 21.06.2022).

17. Чакалян В. Г. Анализ и меры государственной поддержки рынка текстильной промышленности РФ / В. Г. Чакалян. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 1 (135). – С. 284-288. – Режим доступа – URL: <https://moluch.ru/archive/135/37897/>. (Дата обращения 21.06.2022).

18. 1 ИЮЛЯ – СТАРТ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ МАРКИРОВКИ ОБУВИ СРЕДСТВАМИ ИДЕНТИФИКАЦИИ. // ГК «Восток-Сервис» - международный холдинг. [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: https://group.vostok.ru/blog/obyazateljnaya_markirovka_obuvi_sredstvami_identifikacii_s_1_ijulya/. (Дата обращения 18.06.2022).

УДК 004.8

*Научный руководитель: Янаева М.В., кандидат технических наук, доцент
доцент кафедры «Информационных систем и программирования»*

Кубанский государственный технологический университет

Россия, г. Краснодар

Бутмерчук Е.Б.

студент

3 курс, факультет «Прикладная информатика»

Кубанский государственный технологический университет

Россия, г. Краснодар

Корендюк А.Ю.

студент

3 курс, факультет «Прикладная информатика»

Кубанский государственный технологический университет

Россия, г. Краснодар

МЕТОДЫ И СИСТЕМЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ, РАСПОЗНАВАНИЯ ОБРАЗА ИЗОБРАЖЕНИЙ И СИГНАЛОВ

Аннотация. В статье рассматриваются различные методы и системы, применяемые для анализа данных, изображений и сигналов. Приведены преимущества и недостатки таких методов, их различия. Указаны перспективы развития как самих направлений анализа данных, изображений и сигналов, так и используемых для этого методов и систем.

The article discusses various methods and systems used to analyze data, images and signals. The advantages and disadvantages of such methods, their differences are given. Prospects for the development of both the areas of data, image and signal analysis themselves, as well as the methods and systems used for this, are indicated.

Ключевые слова: Ассоциация, прогнозирование, генетические алгоритмы, нейронный сети, сверточные нейронные сети, машинное зрение

Keywords: Association, prediction, genetic algorithms, neural networks, convolutional neural networks, machine vision

На данный момент, в связи с бурным развитием технологий, появляется возможность не только хранить данные, но также и обрабатывать их с целью дальнейшего использования полученных результатов. Современные методы позволяют делать не только

анализ данных, являющихся текстовой информацией, но и анализ изображений и даже звуковых сигналов.

Интеллектуальный анализ данных – это технология обработки объемных и сложных массивов данных с целью обнаружения полезных шаблонов. В массивах данных выявляются модели и тенденции, которые затем помогают в принятии решений на основе полученных знаний. Следует указать, что именно большие размеры обрабатываемой информации привели методы интеллектуального анализа данных к быстрому росту их популярности.

Процесс получения знаний из информации, а также поиска и построения модели чаще всего является итеративным: необходимо найти сведения, которые можно извлечь, и затем, после преобразования, объединить их с другими данными для получения результата. Далее, полученный результат может повлиять на уже существующий подход к выявлению источников и форматов данных и сопоставлению этой информации с заданным результатом.

Существует множество методов интеллектуального анализа данных, рассмотрим и сравним основные из них.

Ассоциация – метод, выявляющий модели путем сопоставления двух и более атрибутов, чаще всего одного типа. Метод состоит из двух этапов: первый этап основан на генерации инструкций по сопоставлению с использованием алгоритма Apriori, а второй на создании классификатора на основе, обнаруженных на предыдущем этапе, правил ассоциации. Данный метод, однако, оказывается неэффективным при обнаружении часто встречающихся правил и требует иного взгляда на технологию ассоциативного анализа данных.

Дерево решений (как тип классификатора) – это древовидная структура, где каждый узел представляет собой проверку значения атрибута, ветвь – результат теста, а листья – классы или распределения классов. Преимущества данного метода в том, что он не требует знания типа распределения вероятностей, который удовлетворяется классом или другими атрибутами, в том числе, деревья решений достаточно легко интерпретируются. Недостатком является то, что деревья плохо упрощают некоторые типы логических задач. Прогнозирование – это процесс, который имеет схожесть с процессом классификации данных, состоящий из двух этапов. Прогнозируемое значение атрибута не категорично, а оценивается последовательно (не является дискретным, упорядочено). Вкупе с другими методами анализа данных, предполагает анализ тенденций, классификацию, сопоставление с моделью и отношения. Анализируя прошлые события, позволяет предсказывать будущее.

Генетические алгоритмы – это алгоритм поиска, который основан на идее естественного отбора и генетики. Алгоритм использует случайный поиск, для нахождения области с лучшей производительностью в пространстве решений. Здесь имитируются процессы естественного отбора, где вид, более быстро адаптирующийся к окружающей среде, способен не только выжить, но и модифицироваться. Простыми словами, цель работы алгоритма заключается в поиске не оптимального решения, а лучшего, в сравнении с ним. Основным преимуществом алгоритма, отличающим его от остальных методов, является обработка одновременно нескольких точек пространства, а не последовательная. Однако, данный метод является достаточно ресурсоемким и не гарантирует получение оптимального решения.

Распознавание образов нейронными сетями.

Нейронная сеть – это модель функционирования нервных клеток у живых организмов. Как указал Степанов в статье Искусственные нейронные сети: «основные задачи, для решения которых используются нейронные сети, это распознавание образов (текстов, звуков, изображения), прогнозирование, нейросетевое сжатие данных, ... принятие решений и управление (автомобили, роботы), ассоциативная память» [1].

Основным элементом сети выступают нейроны, которые, объединяясь между собой, образуют сеть. Размер сети зависит от ее сложности и назначения. Одной из таких задач является обработка изображений: считывание символов на бумаге, объектов на фотографии т.д.

Есть несколько разновидностей нейронных сетей: обычные и сверточные.

Обычные нейронные сети являются полносвязными, где каждый узел является одновременно и входным, и выходным, а каждый последующий слой связан со всеми нейронами предыдущего слоя. Для каждого нейрона в процессе его работы настраиваются веса, которые в последствии не меняются. При активации нейрон принимает одно из двух возможных значений: -1 или 1 (0 или 1).

Сверточные нейронные сети имеют специальную архитектуру, позволяющую эффективно распознавать объекты. Сеть является однонаправленной и основана на чередовании сверточных и субдискретизирующих слоев. При обработке каждый фрагмент изображения умножается поэлементно на ядро свертки, а результат суммируется и занимает похожее положение в выходном изображении. Благодаря такому устройству, нейронная сеть обеспечивает инвариантность распознавания относительно сдвига объекта, увеличивая «окно» свертки, что позволяет находить все более крупные паттерны.

Работает нейросеть по следующему принципу: изображение разбивается на пиксели, каждый из которых теперь является входным нейроном. Далее, сигналы передаются от одного слоя нейронов к другим, во время чего полученные сигналы сравниваются с уже обработанными данными. Для того, чтобы нейросеть верно обрабатывала изображения необходимо ее обучить. В какой-то момент, вследствие обработки достаточного количества изображений, нейросеть заканчивает обучение и начинает просто запоминать выборки.

Перспективы развития нейронных сетей очень обширны, так как имеется множество направлений их развития – это и новая бытовая техника, способная подстраиваться под своего владельца, системы безопасности, работа которых строится на распознавании лиц, в том числе это может быть и предотвращение ситуаций, опасных для человека. Как пишет Цаунит А. Н в статье Перспективы развития и применения нейронных сетей: «Исходя из истории развития искусственных нейронных сетей и их современного состояния можно предположить, что в ближайшем будущем продолжится совершенствование алгоритмов обучения нейронных сетей в режиме реального времени, ... разработки моделей интеллектуального интерфейса, способного подстраиваться под требования пользователя» [2].

Распознавание образов изображений с помощью машинного зрения.

Машинное зрение – направление в области искусственного интеллекта, и связанные с ним технологии получения изображений объектов, их обработки и решение прикладных задач на основе полученных данных. Основной целью машинного зрения является, как написал Горячкин Б.С. в статье Компьютерное зрение, «получение полезной информации из изображения или серии изображений» [3].

Рассмотрим некоторые методы обработки изображений:

Счетчик пикселей. Работа метода основана на подсчете светлых и темных пикселей на экране. Метод позволяет выдавать сведения о количестве пикселей, в выделенной на рисунке, прямоугольной области. Таким образом, появляется возможность быстро получить информацию о соответствии оборудования, предназначенного для машинного зрения, требованиям относительно пиксельного разрешения для считывания лиц людей, либо номерных знаков.

Бинаризация. Метод преобразует черно-белое изображение в формат, где каждый пиксель кодируется «0», либо «1» в зависимости от того, является ли пиксель задним фоном или передним планом соответственно. Для хранения таких изображений применяется битовая карта, где для представления каждого пикселя используется лишь один бит информации.

Сегментация. Метод используется для выделения объектов, представленных на изображении для того, чтобы его в дальнейшем было легче анализировать. Каждый пиксель

изображения получает метку так, чтобы одинаковые метки подразумевали общие визуальные характеристики этих пикселей.

На данный момент машинное зрение имеет довольно большие перспективы к развитию, так как большие производства уже сейчас все чаще используют продукты этого метода интеллектуального анализа данных для контроля огромных площадей производств и оборудования, исключая человеческий фактор.

Таким образом, как нейросети, так и машинное зрение сейчас используются повсеместно и не утратят своего значения и в будущем. Нейросети уже сейчас в плане обработки изображений превосходят большинство алгоритмов машинного обучения, способны самообучаться и искать новые закономерности среди уже обработанных данных.

Использованные источники:

1. Степанов, П.П. Искусственные нейронные сети / П.П. Степанов. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 4 (138). – С. 185-187. – URL: <https://moluch.ru/archive/138/38781/>
2. Цаунит, А. Н. Перспективы развития и применения нейронных сетей / А. Н. Цаунит. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 23 (365). — С. 114-117. — URL: <https://moluch.ru/archive/365/81791/>
3. Горячкин Б.С, Китов М.А Компьютерное зрение

СТРАТЕГИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Целью статьи является описание стратегий ценообразования на предприятии.

Abstract. The purpose of the article is to describe the pricing strategies in the enterprise.

Ключевые слова: цена, ценовые стратегии, дифференциация цен.

Key words: price, price strategies, price differentiation.

Ценовые стратегии - обоснованный выбор из нескольких вариантов цены (или перечня цен), направленный на достижение максимальной прибыли для предприятия. Ценовые стратегии бывают: дифференцированного ценообразования; конкурентного ценообразования; ассортиментного ценообразования. Рассмотрим каждую из стратегий подробнее.

Дифференцированное ценообразование основано на различии потребителей и возможности продажи одного и того же товара по разным ценам. К таким стратегиям относятся:

- ценовая стратегия скидки на втором рынке - заключается в варьировании цен на вторичных демографических рынках (например, скидки для студентов, детей, пенсионеров);
- ценовая стратегия периодической скидки - применяется при временных и периодических снижениях цен на модные товары вне сезона, внесезонных туристических тарифов, цен на билеты на дневные представления (спектакли, кинотеатры), цен на устаревшие модели и т.д. Основной принцип стратегии таков: характер снижения цен можно прогнозировать во времени и он известен покупателям;
- ценовая стратегия "случайной скидки" ("случайного" снижения цен) - опирается на поисковые затраты, мотивирующие случайную скидку. Таким образом фирма пытается одновременно максимизировать количество покупателей, информированных о низкой цене и не информированных.

Стратегии конкурентного ценообразования строятся на учете конкурентоспособности фирмы посредством цен. К стратегиям конкурентного ценообразования относятся:

- ценовая стратегия проникновения на рынок - основана на использовании экономии за счет роста масштабов производства;
- используется для внедрения новых товаров на рынок;
- ценовая стратегия по "кривой освоения" - базируется на преимуществах приобретенного опыта и относительно низких затратах по сравнению с конкурентами. При использовании этой стратегии те, кто приобретает товар в начале делового цикла, покупают его по более низкой цене, чем последующие покупатели;
- ценовая стратегия сигнализирования - строится на использовании фирмой доверия покупателя к ценовому механизму, созданному конкурирующими фирмами. Сигнализирование ценами привлекает новых или неопытных покупателей на рынке, которые не осведомлены о конкурентных товарах. Хороший пример - успех некоторых дорогих, но низкокачественных товаров;
- ценовая географическая стратегия - используется для соприкасающихся частей рынка. Эта стратегия в зарубежной практике называется ФОБ (франко-станция отправления). Стратегии ассортиментного ценообразования применимы, когда у фирмы имеется набор аналогичных, сопряженных или взаимозаменяемых товаров. К стратегиям ассортиментного ценообразования относятся:
 - ценовая стратегия "набор" - применяется в условиях неравномерности спроса на невзаимозаменяемые товары;
 - стратегия смешанных наборов - набор предлагается по цене, которая намного ниже цен его элементов. Примерами данной стратегии служат сезонные билеты, комплексные обеды, наборы стереоаппаратуры и комплектующих деталей для автомобилей;
 - ценовая стратегия "комплект" - основана на различной оценке покупателями одного или нескольких товаров фирмы;
 - ценовая стратегия "выше номинала" - применяется фирмой, когда она сталкивается с неравномерностью спроса на заменяемые товары и может получить дополнительную прибыль за счет роста масштабов производства;
 - ценовая стратегия "имидж" - используется, когда покупатели ориентируются на качество, исходя из цен на взаимозаменяемые товары.

Ценовой стратегический выбор - это выбор стратегий ценообразования, основанный на оценке приоритетов деятельности фирмы [3].

Ценовая система - это единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические отношения между различными участниками национального и мирового рынков. Различают следующую дифференциацию цен:

- по отраслям и сферам обслуживания экономики;
- по степени участия государства в процессе ценообразования;
- по стадиям ценообразования;
- по транспортной составляющей;
- по характеру ценовой информации.

Дифференциация цен по отраслям и сферам обслуживания экономики строится на основе учета особенностей отдельных отраслей национального хозяйства и включает следующие виды цен:

- оптовые цены на продукцию промышленности - цены, по которым промышленная продукция реализуется всем категориям потребителей, кроме населения, независимо от форм собственности;
- закупочные цены на продукцию сельского хозяйства - это цены, по которым реализуется сельскохозяйственная продукция колхозами, совхозами, фермами и населением (продукция личных хозяйств);
- цены на продукцию строительства - представляют собой либо сметную стоимость объекта (предельный размер затрат на строительство каждого объекта), либо усредненную сметную стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта (за 1 м² жилой площади, 1 м² малярных работ и т.д.);
- тарифы грузового и пассажирского транспорта - плата за перемещение грузов и пассажиров, которая взимается транспортными организациями с отправителей грузов и населения;
- цены на потребительские товары - используются для реализации товаров в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям;
- тарифы на услуги - система ставок, по которым предприятия сферы услуг реализуют их потребителям [1].

Все вышеназванные цены должны прежде всего возмещать затраты на производство и реализацию товаров и услуг, а также обеспечивать прибыль производителям. Кроме того, различают экспортные и импортные цены. Экспортные цены - это цены, по которым производители или внешнеторговые организации продают отечественные товары (услуги) на мировом рынке. Импортные цены - это цены, по которым фирмы закупают товары (услуги) за рубежом. Цены на импортируемую продукцию устанавливаются на базе

таможенной стоимости импортного товара с учетом таможенных импортных пошлин, валютного курса, расходов на реализацию данного товара внутри страны. При этом в структуре импортных цен значительное место занимают косвенные налоги - акциз и налог на добавленную стоимость. Дифференциация цен по степени участия государства в процессе ценообразования включает следующие виды цен:

- рыночная цена - цена, складывающаяся на рынке в процессе взаимоотношений субъектов ценообразования под влиянием конъюнктуры. Рыночные цены по условиям их фондирования подразделяются на свободные, монопольные и демпинговые,
- регулируемая цена - цена, складывающаяся на рынке в процессе прямого государственного воздействия. Регулируемые цены по условиям их формирования подразделяются на фиксированные и предельные [2].

Дифференциация цен по стадиям ценообразования отражает количественную взаимосвязь цен, складывающихся по мере движения товара (услуги) от производителя к конечному потребителю. Цена на каждой предыдущей стадии движения товара является составным элементом цены последующей стадии. Различают оптовые цены изготовителя, отпускные оптовые цены, оптовые цены закупки и розничные цены [1].

Дифференциация цен по транспортной составляющей осуществляется в зависимости от порядка оплаты транспортных расходов. На практике это отражается в системе франкирования цен. "Франко" означает, до какого пункта на пути продвижения продукции от изготовителя до потребителя транспортные расходы включены в состав цены. Дифференциация цен по характеру содержащейся в них ценовой информации строится на основе учета специфики этой информации и включает аукционные, биржевые, справочные цены, цены фактических сделок и ценовые индексы. Ценовые индексы - это информационные показатели динамики цен за определенный период, которые, в свою очередь, подразделяются на индивидуальные и свободные

Список использованной литературы

1. Боголюбова Н.П. Микроэкономическая теория: фирма в производстве и в сфере обмена : учеб. пособие / Н. П. Боголюбова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 192 с.
12. Оперативно-производственное планирование: учебное пособие / И.В. Ершова, Т.А. Минеева, Е.В. Черепанова.— Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016.— 96 с.
3. Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Варзунов А. В. Бизнес-планирование // Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 90 с.

АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ АО "МОЛОКО"

Аннотация. Целью статьи является анализ факторов внешней среды предприятия, а также текущей финансовой политики АО «Молоко».

Abstract. The purpose of the article is to analyze the factors of the external environment of the enterprise, as well as the current financial policy of JSC "Moloko".

Ключевые слова: анализ, финансовая политика, факторы внешней среды.

Key words: analysis, financial policy, environmental factors.

Перед началом непосредственного финансового анализа проведем анализ факторов внешней среды предприятия.

Предприятие ПАО «Молоко» основано в 1977 году в Калининградской области и с тех пор является крупнейшим производителем молочных продуктов в области.

В начале пути предприятие занималось производством исключительно молока, творога и кефира, но благодаря изменяющимся потребностям клиентов, ПАО «Молоко» значительно расширило свой ассортимент и теперь в собственности имеются несколько брендов («Добрая Кормилица», «Витамель», «О-био», «Соло», «Novelia»). При производстве молочных продуктов используется европейское оборудование, позволяющее сохранить все полезные свойства, а также не потерять вкусовые качества продукта. Предприятие оснащено собственной лабораторией, в которой на этапе производства вся продукция проходит многоступенчатый контроль качества. В Калининградской области имеется более 70 торговых точек [1].

ПАО "Молоко" зарегистрировано 25.06.2001 в Калининградской области по адресу: город Калининград, улица Камская, 65. Предприятие имеет статус действующей организации. Размер уставного капитала – 2 000 000,00 руб. Руководителем организации на момент написания работы является Алиев Руслан Рустамович, занимающий должность Генерального директора компании. Основное направление деятельности компании – производство молока и молочной продукции.

На 01.01.2021 в ПАО "Молоко" числится 312 сотрудников. В Реестре недобросовестных поставщиков: не числится. За 2020 год доход организации составил: 1

426 782 000,00 руб., расход 1 424 583 000,00 руб.. У ПАО "Молоко" зарегистрировано судебных процессов: 4 (в качестве "Ответчика"), 31 (в качестве "Истца").

Производство молочной продукции существенно зависит от численности населения области, т.к. именно оно формирует спрос на данный вид товара. По данным Калининградстата [3] можно проследить динамику этого показателя во времени:

Таблица 2.1. Динамика численности населения Калининградской области в период 2016-2020 годов:

№ п/п	Численность населения	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
1	Все население, чел.	976 569	986 261	994 599	1002187	1012512
2	Городское население, чел.	758 515	767 433	775 122	779 052	786 313
3	Сельское население, чел.	218 054	218 828	219 477	223 135	226 199
4	Прирост населения за год, %	0,79	0,99	0,85	0,76	1,03

Как видно из таблицы 2.1, демографический показатель в регионе имеет тенденцию к росту. Однако стоит отметить, что значительно растет только городское население, население же сельское остается стабильным.

После ознакомления с внешними процессами вокруг компании, проведем на основе финансовой отчетности АО «Молоко» анализ динамики суммы и структуры оборотных активов. Результаты вычислений оформлены в таблице:

Таблица 2.2. Динамика суммы и структуры оборотных активов АО «Молоко» (на 01 января 2020-2018 гг. анализа)

Показатель	Тыс. руб.			Доля, %			Темп прироста, %	
	2020 год	2019 год	2018 год	1 год	2 год	3 год	2019/2018	2020/2019
Активы, всего	897 312	1 069 060	1 330 454	100	100	100	-20%	-16%
В том числе оборотные активы	773427	944652	1 187 185	86%	88%	89%	-20%	-18%
Коэффициент маневренности активов, %	X	X	X	(-)22,9	(-)22,8	(-)26,15	X	X
в том числе по степени ликвидности: - абсолютноликвидные	48772	7851	48113	5%	1%	4%	-84%	521%
-высоколиквидные	249 150	307 813	213 986	28%	29%	16%	44%	-19%
- среднеликвидные	334 716	472 154	670 406	37%	44%	50%	-30%	-29%
- неликвидные	138 918	153 816	253 584	15%	14%	19%	-39%	-10%
в том числе по видам: - запасы сырья, материалов и полуфабрикатов	138918	153816	253583	15%	14%	19%	-39%	-10%
- дебиторская задолженность	334716	472154	670406	37%	44%	50%	-30%	-29%
- денежные активы	48772	7851	48113	5%	1%	4%	-84%	-29%
- прочие оборотные активы	0	0	0	0%	0%	0%	0%	0%

Как видно из данных таблицы, оборотные активы компании за последние годы стабильно уменьшались. При этом существенно увеличился прирост объема абсолютноликвидных активов (увеличение более чем в 5 раз по сравнению с 2019 годом).

Менее ликвидные же активы демонстрируют за указанный период времени стабильное снижение объемов.

Далее мною были посчитаны показатели оборачиваемости оборотных активов за указанный промежуток времени. Результаты сведены в таблицу:

Таблица 2.3. Динамика оборачиваемости оборотных активов АО «Молоко» (за 2019-2020 гг. анализа)

Показатель	Значение		Темп прироста,%
	2020 год	2019 год	
Среднегодовая сумма оборотных активов, тыс. руб.	773	944	-18%
	427	652	
в том числе по видам:			
- среднегодовая сумма материальных запасов	138	153	-10%
	918	816	
- среднегодовая сумма дебиторской задолженности	334	472	-29%
	716	154	
- среднегодовая сумма денежных активов	48 772	7 851	521%
Среднегодовая сумма кредиторской задолженности, тыс. руб.	821	894	-8%
	063	975	
Выручка, тыс. руб.	1 426	1 308	9%
	782	892	
Себестоимость, тыс. руб.	1 325	1 225	8%
	630	892	
Соотношение темпов прироста оборотных активов и выручки, %	X	X	-201%

Соотношение темпов прироста дебиторской задолженности и выручки, %	X	X	-323%
Соотношение темпов прироста материальных запасов, %	X	X	-108%
Оборачиваемость, раз:			
- оборотных активов	1,8	1,4	33%
- материальных запасов	10,3	8,5	21%
- дебиторской задолженности	4,3	2,8	54%
- денежных активов	29,3	166,7	-82%
- кредиторской задолженности	1,7	1,5	19%
Период оборота, дней:			
- оборотных активов	198	263	-25%
- материальных запасов	36	43	-17%
- дебиторской задолженности	86	132	-35%
- денежных активов	12	2	470%
- кредиторской задолженности	210	250	-16%
Продолжительность производственного цикла, дней	246	292	-16%
Продолжительность операционного цикла, дней	331	424	-22%
Продолжительность финансового цикла, дней	121	175	-31%

Видно, что несмотря на увеличение таких показателей как выручка и себестоимость, оборачиваемость денежных активов, материальных запасов, дебиторской и кредиторской задолженностей существенно снизилась за 2020 год.

После этого был произведен расчет показателей рентабельности оборотных активов компании. Результат приведен в таблице 2.4:

Таблица 2.4. Динамика рентабельности оборотных активов АО «Молоко» (за 2019-2020 гг. анализа)

Показатель	Значение		Темп прироста, %
	2020 год	2019 год	
Среднегодовая сумма оборотных активов, тыс. руб.	773 427	944 652	-18%
Выручка, тыс. руб.	1 426	1 308	9%
	782	892	
Себестоимость, тыс. руб.	1 325	1 225	8%
	630	892	
Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	5 160	5 996	-14%
Оборачиваемость оборотных активов, раз	1,8	1,4	29%
Рентабельность реализации продукции, %	0,36%	0,46%	-21%
Рентабельность оборотных активов, %	0,67%	0,63%	5%

Для наглядного отображения данных таблицы был построен граф рентабельности:



Рис. 1.1. Граф рентабельности оборотных активов АО «Молоко» за 2019-2020

Из графика видно, что показатели рентабельности предприятия находятся в допустимой зоне значений.

Продолжая анализ оборотный средств, была прослежена динамика их финансирования. Результаты приведены в таблице ниже:

Таблица 2.5. Динамика источников финансирования оборотных активов АО «Молоко» (на 01 января 2019-2020 гг. анализа)

Показатель	Тыс. руб.			Доля, %			Темп прироста, %	
	2020 год	2019 год	2018 год	2020 год	2019 год	2018 год	2020/2019	2019/2018
Оборотные активы	773 427	944 652	1 187 185	100%	100%	100%	-18%	-20%
Кредиторская задолженность	821 063	894 975	1 156 319	106%	95%	97%	-8%	-23%
Чистые оборотные активы	-47 636	49 677	30 866	-6%	5%	3%	-196%	61%
Долгосрочные заемные средства	1 075	1 110	1 219	0,14%	0,12%	0,10%	-3%	-9%
Собственные оборотные активы	-48 711	48 567	29 647	-6%	5%	2%	-200%	64%

Кредиторская задолженность – наиболее важный источник финансирования оборотных активов для предприятия. На ее долю приходится абсолютное большинство за 2020 год. Данный показатель не подвержен серьезным колебаниям и сохраняет свое доминирующее положение.

После этого была составлена структура баланса исследуемой компании.

Таблица 2.6. Динамика структуры баланса АО «Молоко» (на 01 января 2019-2020 гг. анализа)

Показатель	Тыс. руб.			Доля, %			Темп прироста, %	
	2018 год	2019 год	2020 год	2018 год	2019 год	2020 год	2019/ 2018	2020 / 2019
Коэффициент текущей ликвидности, %	X	X	X	94%	106%	103%	-11%	3%
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, %	X	X	X	-0,06	0,05	0,02	-220%	150%

Управление запасами можно охарактеризовать не эффективное. Уменьшение объема запасов сырья не отражает общее сокращение объемов работ компании (они показывают рост). Следовательно, компании следует более внимательно работать в сфере управления запасами, учитывая скоропортящийся характер своей продукции.

Управление дебиторской задолженностью также нельзя охарактеризовать как эффективное. За исследуемые три года она демонстрировала сильное снижение, которое объяснимо либо факторами внешней среды, либо потерю важных контрагентов для предприятия [2].

Эффективность управления денежными активами также вызывает сомнения и критику. Существенное количественное снижение этого показателя за данный период может создать для компании в будущем риск ликвидности, т.е. ситуацию, при которой компания будет не в состоянии выполнить свои обязательства

Текущее финансирование активов предприятия также недостаточно для его успешного функционирования. Прослеживается сильная зависимость предприятия от заемных средств, в то время как собственные оборотные средства имеют тенденцию к снижению. Предприятие не принимает меры по сокращению объемов кредиторской задолженности, поэтому в общей доле оборотного капитала задолженность до сих пор занимает доминирующее положение.

Описанные выше выводы говорят о том, что на предприятии используется агрессивный подход к формированию и финансированию оборотных активов, влекущий за собой высокий уровень кредитного риска.

Список использованной литературы

1. Официальный сайт АО «Молоко» URL: <https://aomoloko.ru/company/>
2. Официальный сайт Министерства развития инфраструктуры Калининградской области URL: <https://infrastruktura.gov39.ru/activity/fuel.php>
3. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области URL: <https://kaliningrad.gks.ru/population>

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ АО «МОЛОКО»

Аннотация. Целью статьи является описание анализа производственной программы АО «Молоко».

Abstract. The purpose of the article is to describe the analysis of the production program of JSC "Moloko".

Ключевые слова: анализ, производственная программа, финансовые показатели.

Key words: analysis, production program, financial indicators.

Для анализа производственной программы предприятия была рассмотрена информация об объемах продаж, себестоимости и структуре затрат по каждому виду продукции, которые производит предприятие. С этой целью были использованы данные бухгалтерского баланса за 2018-2020 годы, а также данные отчетов о финансовых результатах [Приложения А, Б, В].

Предприятие выпускает 6 видов товаров («Novelia», «Витамель», «Соло», «Эвиталия», «О био», «Добрая кормилица»), каждый вид услуги при этом неоднозначен по объемам продаж и затратноемкости. Для выявления объемов продаж, сумм себестоимости, в том числе сумм переменных и постоянных затрат для каждого продукта (услуги) необходимо соответствующие данные из отчета о финансовых результатах распределить по этим продуктам.

После распределения финансовых показателей о производстве и реализации по продуктам была составлена управленческая форма отчета о финансовых результатах для всех видов продукции отдельно и по предприятию в целом, а также был проведен анализ безубыточности деятельности.

Таблица 2.7. Управленческая форма отчета о финансовых результатах АО «Молоко» за 2020г.

Наименование продукции	Novelia	Витамель	Соло	Эвиталия	О био	Добрая кормилица	Итого
Объем реализации	94 273	346 868	183 759	227 389	278 389	296 104	1 426 782

Себестоимость	90 698	330 897	178 567	215 869	265 789	243 810	1 325 630
- переменные затраты	30 678	287 097	157 097	186 078	210 865	218 906	1 090 721
- постоянные затраты	60 020	43 800	21 470	29 791	54 924	24 904	234 909
Прибыль от продаж	1 860	987	967	308	657	381	5 160
Рентабельность продаж, %	1,97%	0,28%	0,53%	0,14%	0,24%	0,13%	3,28%
Вклад на покрытие	63 595	59 771	26 662	41 311	67 524	77 198	336 061
Коэффициент вклада на покрытие, раз	3,073	1,208	1,170	1,222	1,320	1,353	9,346
Точка безубыточности	88973	254184	147975	163979	226442	95523	977 076
Запас финансовой прочности, %	6%	27%	19%	28%	19%	68%	166%
Эффект операционного рычага, раз	34,191	60,558	27,572	134,127	102,776	202,619	562

По результатам анализа безубыточности можно говорить, что продукт «Добрая кормилица» является наиболее выгодным продуктом компании, в то время как продукт «Novelia» представляет собою наименее выгодный продукт.

В следующем периоде предполагается сократить производство самого невыгодного продукта («Novelia») и увеличить производство самого выгодного продукта («Добрая кормилица») в одинаковой пропорции.

По результатам изменения производственной программы составлена аналогичная прогнозно-управленческая форма отчета о финансовых результатах на 2021 год.

Таблица 2.8. Прогноз управленческой формы отчета о финансовых результатах АО

«Молоко» на 2021г.

Наименование продукции	Novelia	Витамель	Соло	Эвиталия	О био	Добрая кормилица	Итого
Объем реализации	214 017	185 482	142 678	71 339	303 905	71 339	988 760
Себестоимость	225 357	198 845	106 050	92 794	188 239	66 282	877 567
- переменные затраты	169 018	149 133	79 538	69 596	141 180	49 711	658 175
- постоянные затраты	56 339	49 711	26 513	23 199	47 060	16 570	219 392
Прибыль от продаж	-11 340	-13 363	36 628	-21 455	115 665	5 058	111 193
Рентабельность продаж, %	-5,30	-7,20	25,67	-30,07	38,06	7,09	28
Вклад на покрытие	44 999	36 348	63 140	1 744	162 725	21 628	330 585
Коэффициент вклада на покрытие, раз	0,21	0,20	0,44	0,02	0,54	0,30	2
Точка безубыточности	267 949	253 671	59 910	949 205	87 889	54 657	1 673 281
Запас финансовой прочности, %	-25,20	-36,76	58,01	-1 230,55	71,08	23,38	-1 140
Эффект операционного рычага, раз	-3,97	-2,72	1,72	-0,08	1,41	4,28	1

По данным таблицы видно увеличение общего объема реализации за счет принятых мер. Однако после данных действий, продукт «Добрая кормилица» перестает быть наиболее выгодным продуктом. Точка безубыточности продемонстрировала сдвиг влево, что можно рассматривать как положительное изменение, гарантирующее предприятию большую гибкость в действиях.

Рекомендации по формированию оборотных активов и источников их формирования

На основе прогнозных данных за 2020 год об объемах реализации и себестоимости производства и реализации продукции в целом по предприятию были определены среднегодовые суммы оборотных активов, запасов и затрат, дебиторской задолженности и денежных активов за 2020 год.

На основе среднегодовых сумм за 2020 год и данных баланса на конец 2019 года были определены суммы оборотных активов, запасов и затрат, дебиторской задолженности и денежных активов на конец 2020 года. Было допущено предположение, что изменения производственных мощностей (новых основных средств) не потребуется.

После этого были спрогнозированы источники финансирования оборотных активов (т.е. статьи пассива баланса) на конец 2020 года. Данный прогноз производился мною на основе сумм статей оборотных активов и активов в целом, а также с учетом политики финансирования, которая рекомендуется для прогнозного периода. Рекомендуемая политика финансирования оборотных активов выбиралась с учетом выбранного мною варианта №9.

Прогнозный баланс, составленный на конец 2021 года представлен в виде таблицы:

Таблица 2.9. Прогнозный баланс АО «Молоко» на 2021 год

	3 год	4 год (прогноз)	Изменение
АКТИВЫ			
I. Внеоборотные активы	123 885	430 937	307 052
II. Оборотные активы	773 427	436 802	-336 625
в том числе			
- запасы и затраты	138 918	-72 218	-211 136
- дебиторская задолженность	334 716	499 265	164 549
- денежные активы	48 772	9 754	-39 018
- прочие оборотные активы	1	1	0
Итого активов	897 312	867 739	-29 573
ПАССИВЫ			
III. Собственный капитал и резервы	75 174	195 436	120 262
в том числе			
- уставный капитал	2 000	2 000	0
- добавочный капитал	56 763	56 763	
- резервный капитал	400	400	0
- нераспределенная прибыль	16 011	136 273	120 262
IV. Долгосрочные обязательства	1 075	0	-1 075

в том числе			0
- долгосрочные кредиты и займы	-	-	-
- прочие долгосрочные обязательства	-	-	-
V. Краткосрочные обязательства	821 063	209 812	-611 251
в том числе			-
- краткосрочные кредиты и займы	8 589	0	-8 589
- кредиторская задолженность	821 063	848 651	27 588
в том числе			-
- товарный кредит	н/д	н/д	-
- прочая кредиторская задолженность	821 063	848 651	27 588
- прочие краткосрочные обязательства	0	0	0
Итого пассивов	897 312	405 248	-492 064

Расчет прогнозируемых финансовых показателей на конец 2021 года отражен в таблице ниже:

Таблица 2.10. Прогнозируемые значения финансовых показателей АО «Молоко» на 2021 год

Доля варьирующей части оборотных активов, %	502 728
Доля дебиторской задолженности со сроком погашения до одного месяца, %	20 083
Доля безнадежной дебиторской задолженности, %	6 024,9
Тип политики финансирования оборотных активов (см. ниже)	
Коэф. Тек. Ликвидности	2,08187332
Коэф. Обеспеченности сс	-1,20500102

Таким образом, предприятию, по моему мнению, следует произвести мероприятия по возвращению части кредита с целью уменьшения кредиторской задолженности, а также для приведения сумм статей баланса в соответствие с рекомендуемыми значениями. Долю безнадежной дебиторской задолженности в общем масштабе деятельности организации можно считать приемлемой.

Далее произведена оценка того, как изменилась эффективность использования оборотных активов в 2020 году по сравнению с 2021 годом. Расчет показателей представлен мною таблице:

Таблица 2.11. Прогноз динамики оборачиваемости оборотных активов АО «Молоко» на 2021 год

Показатель	Значение		Темп прироста, %
	3 год	4 год	
	(факт)	(план)	
Среднегодовая сумма оборотных активов, тыс. руб.	859 040	605 114	-29,56
в том числе по видам:			
- среднегодовая сумма материальных запасов	146 367	33 350	-77,21
- среднегодовая сумма дебиторской задолженности	403 435	416 990	3,36
- среднегодовая сумма денежных активов	28 312	29 263	3,36
Среднегодовая сумма кредиторской задолженности, тыс. руб.	858 019	834 857	-2,70
Выручка, тыс. руб.	1 426 782	1 474 722	3,36
Себестоимость, тыс. руб.	1 325 630	1 325 630	0,00
Прибыль от продаж, тыс. руб.	101 152	149 092	47,39
Оборачиваемость, раз:			
- оборотных активов	1,66	2,44	46,73
- материальных запасов	9,06	39,75	338,88
- дебиторской задолженности	3,54	3,54	0,00
- денежных активов	50,40	50,40	0,00
- кредиторской задолженности	1,66	1,77	6,23
Период оборота, дней:			
- оборотных активов	217	148	-31,85
- материальных запасов	40	9	-77,21

- дебиторской задолженности	102	102	0,00
- денежных активов	7	7	0,00
- кредиторской задолженности	216	204	-5,86
Продолжительность производственного цикла, дней	40	9	-77,21
Продолжительность операционного цикла, дней	358	111	-69,04
Продолжительность финансового цикла, дней	142	-93	-165,67
Рентабельность продаж, %	7,09	10,11	42,60
Рентабельность оборотных активов, %	60,21	41,03	-31,85

В данном прогнозе незаметны позитивные изменения в структуре оборотных средств. Рентабельность показывает отрицательный прирост (-31,85). Оборачиваемость запасов и материальных активов увеличилась; денежные активы, дебиторская и кредиторская задолженности свою оборачиваемость изменили несущественно. Можно говорить о том, что описанные выше меры не смогут помочь предприятию, а только усугубят его финансовые проблемы.

Бухгалтерский баланс АО «Молоко» за 2018-2020гг.

<i>Пояснения¹</i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>На 31 декабря 2020 г.</i>	<i>На 31 декабря 2019 г.</i>	<i>На 31 декабря 2018 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Актив					
I. Внеоборотные активы					
	Нематериальные активы	1110	129	150	172
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	121 518	121 940	140 491
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	2 238	2 318	2 606
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	Итого по разделу I	1100	123 885	124 408	143 269
II. Оборотные активы					
	Запасы	1210	138 918	153 816	253 584
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	1 871	3 018	1 096
	Дебиторская задолженность	1230	334 716	472 154	670 406
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	249 150	307 813	213 986
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	48 772	7 851	48 113
	Прочие оборотные активы	1260	-	-	-
	Итого по разделу II	1200	773 427	944 652	1 187 185
	БАЛАНС	1600	897 312	1 069 060	1 330 454

<i>Пояснения¹</i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>На 31 декабря 2020 г.</i>	<i>На 31 декабря 2019 г.</i>	<i>На 31 декабря 2018 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Пассив					
III. Капитал и резервы					
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	2 000	2 000	2 000
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) ²	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	56 763	56 763	56 763
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	400	400	400
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	16 011	113 812	113 753
	Итого по разделу III	1300	75 174	172 975	172 916
IV. Долгосрочные обязательства					
	Заемные средства	1410	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	1 075	1 110	1 219
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	1 075	1 110	1 219
V. Краткосрочные обязательства					
	Заемные средства	1510	-	-	-
	Кредиторская задолженность	1520	821 063	894 975	1 156 319
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	821 063	894 975	1 156 319
	БАЛАНС	1700	897 312	1 069 060	1 330 454

Отчет о финансовых результатах АО «Молоко» за 2019-2020гг.

<i>Пояснения³</i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>За 2020 г.</i>	<i>За 2019 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	Выручка ⁴	2110	1 426 782	1 308 892
	Себестоимость продаж	2120	(1 325 630)	(1 225 892)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	101 152	83 000
	Коммерческие расходы	2210	(43 700)	(47 326)
	Управленческие расходы	2220	(52 292)	(29 678)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	5 160	5 996
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	1 231	12 570
	Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	12 274	58 105
	Прочие расходы	2350	(15 472)	(73 235)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	3 193	3 436
	Налог на прибыль ⁵	2410	(994)	(3 377)
	в т.ч.:			
	текущий налог на прибыль	2411	(671)	(2 980)
	отложенный налог на прибыль ⁶	2412	(115)	(397)
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	2 199	59
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода ⁵	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода⁷	2500	2 199	59

Отчет о финансовых результатах АО «Молоко» за 2018-2019гг.

<i>Пояснения³</i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>За 2019 г.</i>	<i>За 2018 г.</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
	Выручка ⁴	2110	1 308 892	1 385 466
	Себестоимость продаж	2120	(1 225 892)	(1 215 897)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	83 000	169 569
	Коммерческие расходы	2210	(47 326)	(76 482)
	Управленческие расходы	2220	(29 678)	(43 201)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	5 996	49 886
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	12 570	6 314
	Проценты к уплате	2330	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	58 105	22 569
	Прочие расходы	2350	(73 235)	(75 586)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	3 436	3 183
	Налог на прибыль ⁵	2410	(2 980)	(1 118)
	в т.ч.:			
	текущий налог на прибыль	2411	(2 980)	(1 118)
	отложенный налог на прибыль ⁶	2412	-	-
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	456	2 065
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода ⁵	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода⁷	2500	456	2 065

Хаяк Анастасия Валерьевна

Бакалавр

Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта,

г. Калининград, Россия

Писарев Андрей Сергеевич

Бакалавр

Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта,

г. Калининград, Россия

Сивограков Дмитрий Алексеевич

Бакалавр

Калининградский государственный технический университет,

г. Калининград, Россия

ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Целью статьи является описание основных методов ценообразования на предприятии.

Abstract. The purpose of the article is to describe the main methods of pricing in the enterprise.

Ключевые слова: расчетные методы ценообразования, затратные методы, методы стимулирования сбыта продукции.

Key words: calculation methods of pricing, cost methods, methods of sales promotion.

Расчетные методы ценообразования — методы, базирующиеся главным образом на учете внутрипроизводственных условий фирмы.

Затратные методы — разновидность расчетных ценовых методов, в основе которых лежит учет производственных затрат в той или иной фирме.

Ценовой метод полных издержек — метод формирования цен на основе всех затрат, которые вне зависимости от происхождения списываются на единицу того или иного изделия. Данный метод применяют фирмы, положение которых близко к монопольному и сбыт продукции практически гарантирован. Главное достоинство метода полных издержек заключается в его простоте. Основой определения цены являются реальные издержки производителя на единицу продукции, к которым добавляется необходимая фирме прибыль. Кроме того, он позволяет установить предел цены, ниже которого она может

опускаться лишь в исключительных случаях. Однако данный метод имеет существенные недостатки. Во-первых, он отражает традиционную ориентацию главным образом на производство и в меньшей степени — на рыночный спрос. Во-вторых, использование этого метода не позволяет выявить резервы снижения затрат и в полной мере учесть все факторы, влияющие на цену [1].

Ценовой метод стандартных (нормативных) издержек свободен от многих недостатков простого отражения затрат. Этот метод позволяет формировать цены на основе расчета затрат по нормам с учетом отклонений фактических затрат от нормативных. Данный метод, в отличие от ранее описанного, дает возможность пофакторного анализа издержек. Отклонения от стандартов (норм) анализируются по причинам, их вызвавшим. Возможен и более детальный анализ отклонений. Например, отклонения дифференцируются в зависимости от интенсивности, степени загрузки производственных мощностей и т. д. Достоинство метода стандартных (нормативных) издержек состоит в возможности управлять издержками по отклонениям от норм, а не по их общей величине [2]. Отклонения по каждой статье периодически соотносятся с финансовыми результатами, что позволяет контролировать не только затраты, но и прибыль. Метод обеспечивает непрерывное сопоставление затрат и финансовых результатов вне зависимости от изменений эффективности производства, отклонений в загрузке производственных мощностей. Этот метод имеет большой потенциал с точки зрения ценообразования. Цены, определенные на базе прогрессивных или идеальных стандартов (норм), с одной стороны, ориентируют фирмы на снижение издержек, дают возможность определить, что именно необходимо для этого сделать; а с другой стороны, такие цены, вероятнее всего, будут конкурентоспособны на рынке, поскольку отражают не только индивидуальные особенности фирмы, но и приемлемый уровень эффективности производства [3].

Наиболее сложный элемент системы стандартных (нормативных) издержек — определение стандартов затрат. Для формирования экономически обоснованных стандартов необходимо детально изучить методы производства, технические характеристики и цены аналогичной продукции конкурентов, требования, предъявляемые к данной продукции на мировом рынке, и т. п. Кроме того, стандарты должны быть привязаны к производственному плану, достижимому уровню эффективности и масштабу производства. Получить идеальные стандарты не всегда удается. Однако лучше иметь не идеальный, но приемлемый стандарт, чем вообще не иметь никакого, поскольку даже такой стандарт позволяет провести анализ издержек по отклонениям и выявить причину недостаточной эффективности производства [1].

Ценовой метод прямых издержек — метод формирования цен на основе определения прямых издержек исходя из конъюнктуры рынка и ожидаемых цен продажи. Практически все условно-переменные издержки (зависящие от объема выпускаемой продукции) рассматриваются как прямые. Остальные издержки относятся на финансовые результаты. Поэтому данный метод называют также методом формирования цен по сокращенным затратам. Основное достоинство данного метода заключается в возможности выявить наиболее выгодные виды продукции. Предполагается, что косвенные расходы практически не меняются ни при замене одного изделия другим, ни при изменении в определенных пределах масштабов производства. Поэтому чем выше разница между ценой изделия и суммой сокращенных издержек, тем больше покрытие (валовая прибыль) и соответственно рентабельность [2].

Использование ценового метода прямых издержек позволяет формировать цены с учетом оптимальной загрузки производственных мощностей и получения максимальной прибыли. Выявляются изделия, вносящие большой вклад в валовую прибыль фирмы. При наличии свободного рынка в стране фирма может так построить программу производства, чтобы более рентабельные изделия заменили менее прибыльные и убыточные.

Ценовой метод прямых издержек можно использовать и для решения некоторых других задач, например, для выбора метода производства различных технологий, оценки необходимости и последствий дополнительных капитальных вложений, принятия решений относительно того, следует ли производить комплектующие изделия, некоторые виды оборудования самим или лучше их покупать, определения объема продаж, необходимого для получения приемлемого дохода и критической точки производства, наилучшей ассортиментной структуры производства, влияния изменений объема производства на доход [3].

Разновидностью ценового метода прямых издержек является метод стандартных (нормативных) прямых издержек, сочетающий достоинства метода стандартных (нормативных) издержек и метода прямых издержек. Ценовой метод стандартных (нормативных) прямых издержек позволяет управлять сокращенными издержками по отклонениям.

Метод с учетом потребительского эффекта — разновидность расчетных методов, где основой формирования цены является учет в ней эффекта от использования новой продукции у потребителя. Методы с учетом потребительского эффекта используются главным образом при расчете цен на взаимозаменяемую продукцию. Взаимозаменяемой является продукция, удовлетворяющая одинаковые потребности, но различающаяся по физико-химическому составу. Такие товары выстроить в параметрический ряд нельзя.

Вместе с тем поскольку эта продукция удовлетворяет одинаковые потребности, цены на нее не могут строиться изолированно. Взаимосвязь цен на новое и ранее выпускавшееся изделие обеспечивается посредством показателя потребительского эффекта, т. е. эффекта, который потребитель может получить при использовании нового изделия (материала) вместо прежнего.

Цену, согласно этому методу, можно рассчитать по формуле:

$$Цн = Цб + Эп * Кт \quad (1)$$

, где $Цн$ – цена нового изделия;

$Цб$ – цена базового, ранее применявшегося изделия;

$Эп$ – эффект у потребителя от замены прежнего изделия новым;

$Кт$ – коэффициент торможения, или морального старения, изделия

Чем выше темпы научно-технического прогресса, тем меньше величина коэффициента для понижения значения эффекта [1].

Расчетные методы в условиях административно регулируемой экономики являются практически единственной ценовой методикой, поскольку при таких условиях нет объективной необходимости учитывать конъюнктуру рынка. В условиях рыночной экономики цена, рассчитанная продавцом, — это лишь база формирования цены фактической сделки. Расчетная цена может совпадать с ценой фактической сделки и даже быть выше, если продавец выступает монополистом и проводит политику полной реализации своего исключительного положения на рынке. Если же продавец придерживается умеренной ценовой политики, то не только цена фактической сделки, но и цена предложения может быть ниже расчетной цены. Когда продавец работает в условиях конкурентного рынка, расхождение между расчетной ценой и ценой фактической реализации значительно. Как уже было показано, в условиях рынка в самих расчетных методах в определенной мере учтены требования рыночной конъюнктуры. Примером служат проанализированные выше преимущества метода стандартных (нормативных) издержек по сравнению с методом полных затрат. В условиях конкуренции в рамках разной ценовой политики и разных стратегий важную роль играют методы стимулирования сбыта продукции.

Методы стимулирования сбыта продукции имеют главной целью ускорение реализации продукции и получение тем самым большего размера прибыли.

При эластичном спросе в качестве рычага стимулирования сбыта используется снижение цены, при неэластичном спросе — повышение. Эластичный спрос характерен для конкурентного рынка и для таких категорий продукции, как продукты питания не первой необходимости, товары длительного пользования, подверженные быстрому моральному

старению, рост цен на которые может вызвать значительное снижение спроса из-за наличия возможности выбора. Отечественная практика дает тому яркие примеры: по мере роста цен на дорогостоящие колбасные изделия, сыр, фрукты население резко сокращает их потребление и начинает интенсивнее покупать простые молочные продукты и хлеб, цены на которые в ряде областей регулируются государством. Вместе с тем эластичный спрос может наблюдаться, когда при относительно незначительном снижении цены спрос возрастает в заметно большей степени. Это касается хорошо сохраняющихся продуктов питания первой необходимости (сахар, соль, крупы), товаров длительного пользования, не подверженных моральному старению (ювелирные изделия, недвижимость). Неэластичный спрос наблюдается, если рост цен на данный товар не вызывает существенного сокращения объема покупок. Это все слабо или вообще незаменимые товары: соль, сахар, алкоголь, табачные изделия и т. д.

Таким образом, после углубленного изучения методы ценообразования на предприятии, можно говорить о достаточном количестве отработанных на практике инструментов, позволяющих компании осуществлять свою ценовую политику как в краткосрочном, так и в долгосрочном периодах.

Список использованной литературы

1. Герасимов Б. И. Организация планирования на предприятии: учеб. пособие для сред. проф. образования/ Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, В. Д. Жариков. - Москва: Форум, 2013. - 240 с.
2. Дрок Т.Е. Коммерческое бюджетирование: учеб. пособие для студентов магистратуры направления «Экономика». – Калининград: Изд-во БФУ им. И. Канта, 2017. – 217 с
3. Савкина Р. В. Планирование на предприятии: учеб. для вузов / Р. В. Савкина. - 2-е изд., перераб.. - Москва: Дашков и К°, 2014. - 320 с.

Хаяк Анастасия Валерьевна

Бакалавр

Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта,

г. Калининград, Россия

Писарев Андрей Сергеевич

Бакалавр

Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта,

г. Калининград, Россия

Сивограков Дмитрий Алексеевич

Бакалавр

Калининградский государственный технический университет,

г. Калининград, Россия

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Целью статьи является описание теоретических основ ценовой политики предприятия.

Abstract. The purpose of the article is to describe the theoretical foundations of the pricing policy of an enterprise.

Ключевые слова: цена, стоимость, ценовая политика.

Keywords: price, cost, pricing policy.

В начале работы следует дать определения ключевым понятиям, составляющих основу ценовой политики компании. В данной главе были рассмотрены такие понятия как стоимость, цена, ценовая политика фирмы, ее задачи, цели, а также способы осуществления ценообразования.

Важнейшим термином при изучении политики ценообразования является само понятие цены. В настоящее время существует две теории цены: затратная и ценностная (теория полезности) [1, с.11]. Различные авторы трактует это понятие по-разному. В таблице ниже собраны некоторые определения цены из ряда источников:

Таблица 1.1. Краткий обзор научной литературы касаясь различных определений понятия «цена товара»

Трактовка определения «цена»	Отношение определения к теориям стоимости
Цена формируется на основе затрат, пошедших на производство товара (при его изготовлении, т.е. на предприятии) и представляет собой денежное выражение его стоимости. В данном случае цена, учитывая лишь затраты, абсолютно не связана с рыночной ситуацией [2, с.11].	Теория затрат (трудовая теория стоимости)
В рамках короткого периода запас некоторых ресурсов (в первую очередь основного капитала) остается неизменным. Увеличение выпуска становится возможным за счет увеличения количества переменных факторов в процессе производства [2, с.110]	Теория полезности
Цена продукта определяется вложенным в этот продукт трудом [1, с.102].	Теория затрат (трудовая теория стоимости)
Цена продукта определяется как выражение полезности товара для потребителя [1, с.136].	Теория полезности
Цена - сложная экономическая категория. В ней пересекаются основные проблемы развития экономики, общества в целом. Цена- денежное выражение стоимости товара [1, с.4].	Теория затрат (трудовая теория стоимости)
Цена представляет собой экономическую категорию, означающую сумму денег, за которую продавец хочет продать, а покупатель готов купить товар [3, с.7].	-

Таким образом, проанализировав различные трактовки понятия «цена» можно увидеть в них ряд общих черт.

Цена есть денежное выражение стоимости товара - продукции (изделий, работ, услуг), т.е. то количество (сумма) денег, которое покупатель платит за товар. Рыночная цена формируется под влиянием нескольких факторов: спроса и предложения, издержек производства, цен конкурентов и прочее. Уровень спроса определяет максимальную цену, которую может установить производитель товаров и услуг. Валовые издержки производства (сумма постоянных и переменных издержек) определяют напротив, минимальную цену. Значительно влияет на размер цены поведение конкурентов и цены на их товары и услуги. Также, одним из важных факторов ценообразования является государственное регулирование цен. Государство может регулировать цены посредством прямых и косвенных способов, далее рассмотрим их подробнее.

Прямые (административные) способы - это установление определенного порядка ценообразования; косвенные (экономические) - направлены на изменение конъюнктуры рынка, создание определенного положения в области финансов, валютных и налоговых операций, оплаты труда [1, с.7].

Ценовая политика предприятия - это определение такой цены, которая обеспечивает выживание предприятия в условиях конкурентного рынка; включает выбор метода ценообразования, разработку ценовой стратегии предприятия и другие аспекты.

Цели ценовой политики предприятия:

- обеспечение выживаемости предприятия в условиях конкурентного рынка;
- получение (максимизация) прибыли;
- удержание стабильной позиции предприятия на рынке.

Обеспечение выживаемости – самая важная цель фирмы, осуществляющей свою деятельность в условиях существования конкурентной среды, когда на рынке много производителей с аналогичными товарами. Важными компонентами данной ценовой политики являются объем сбыта (продаж) и доля на рынке. Для захвата большей доли рынка и увеличения объема сбыта используются заниженные цены.

Максимизация прибыли для большинства предприятий является ключевой целью хозяйственной деятельности. В условиях конкурентного рынка организация оценивает уровни спроса и издержек применительно к разным уровням цен и делают свой выбор в пользу таких цен, которые будут обеспечивать максимальную прибыль [1, с.7].

Цель удержание рынка заключается в удержании предприятием текущего положения на рынке и благоприятных условий для своей хозяйственной деятельности.

На ценовую политику предприятия, оказывает большое влияние состояние внешней среды, а именно денежной сферы. К факторам денежной сферы, влияющим на ценообразование, относятся:

- изменение покупательной способности рубля;
- отношение курсов иностранных валют к рублю.

Эмиссия денежных средств снижает их покупательную способность, то есть они обесцениваются. Механизм влияния изменений валютного курса на цены также многообразен.

Функция цены – это совокупность общих свойств, которые объективно присущи цене как экономической категории. Принято выделять пять основных функций цены: учётно-измерительную, стимулирующую, распределительную, балансирующую функцию распределения капитала. Рассмотрим их подробнее.

Учётно-измерительная функция определяет сущность цены как денежного выражения стоимости товара. Цена в данном случае выступает как инструмент, который позволяет организовать стоимостной учёт любых хозяйственно-экономических процессов, как на отдельном предприятии, так и в целом в экономической системе. Таким образом цена позволяет сопоставить или соизмерить затраты и результаты предпринимательской деятельности любого хозяйствующего субъекта [3, с.8].

Стимулирующая функция проявляется в воздействии цены на производство и потребление товаров. Так, цена стимулирует производителя через уровень заключённой в ней прибыли, а именно высокий уровень прибыли ведёт к росту объёмов производства товаров. Соотношение цены и потребительских свойств товара стимулирует изменение объёмов потребления [1, с.8].

Распределительная функция обусловлена тем, что в реальной жизни цена, как правило, не равна стоимости товара. Она либо завышена, либо занижена, как под воздействием совокупности рыночных факторов (объективно), так и осознанно со стороны конкретных субъектов рынка (например, государства). Разность между действующей ценой и объективной стоимостью товара может быть направлена на решение каких-либо проблем [2, с.9].

Балансирующая функция проявляется в таком колебании рыночных цен на товары, которое, в конечном счёте, приводит к равновесию спроса и предложения [1, с.9].

Функция размещения капитала и производства проявляется в переливе капитала (создании новых хозяйствующих субъектов) в те сектора экономики, географические и/или экономические регионы, где наблюдается высокая норма прибыли. Таким образом, целенаправленно (а в отдельных случаях и стихийно) может быть создана рациональная экономическая структура национальной экономики [3, с.9].

Теперь рассмотрим подробнее условия ценообразования. В условиях рынка формирование цен происходит под действием стратегического и тактического факторов [2, с.13].

Стратегический фактор проявляется в том, что цена формируется на основе себестоимости продукции, в основном им руководствуются высокоразвитые, оснащенные хорошим оборудованием предприятия. Их выигрыш происходит из-за затрат на ее производство за счет использования новых технологий, современной техники, последних достижений в организации труда. Стратегический фактор является фактором долговременного, перспективного действия [2, с.12].

Тактический фактор связан с тем, что цены на товары формируются под влиянием рынка. Поскольку рыночные изменения спроса и предложения высоки, это – фактор, подверженный постоянным изменениям. Тактический фактор рекомендован для использования предприятиями, имеющими развитые маркетинговые службы, гибкую инфраструктуру, высококвалифицированные кадры, доступ к рыночной информации. Они выигрывают, используя конъюнктуру рынка (выбирают рынки с благоприятным для них уровнем цен) [2, с.13].

Сформированная на рынке цена товара находится в рамках определенных значений, границы которых соответствуют нижнему и верхнему пределам цены [2, с.13].

Нижним пределом цены называется ее величина, соответствующая сложившейся рентабельности предприятия. Реализация продукции по цене, меньшей ее нижнего предела, приведет к снижению уровня эффективности производства. Верхний предел цены – максимально возможная ее величина, которой предприятие будет располагать при наиболее благоприятной конъюнктуре рынка.

Система нижнего и верхнего пределов цены связывает собою два метода формирования цены: затратный и рыночный [2, с.13]. Если нижний предел цены рассчитывается исходя из себестоимости продукции, то верхний устанавливается под влиянием спроса-предложения. Следовательно, можно сказать, что цена товара в условиях рынка формируется затратным методом, но учитывает величину спроса и предложения. Ситуация, при которой цена, сложившаяся на рынке, будет ниже, чем себестоимость продукции (верхний предел цены будет ниже нижнего), поставит предприятие перед выбором: либо всеми способами снижать себестоимость продукции, либо прекратить ее производство. В последнем случае освободившаяся ниша рынка тотчас будет заполнена аналогичным товаром другого производителя.

После обзора литературы по проведению ценовой политики можно говорить о достаточной изученности данного аспекта в современной экономической науке. Методы

ценообразования, являющегося основой для ценовой политики, детально проработаны и доказали свою практическую эффективность.

Список использованной литературы

- 1) Лазурин Е.А. Современное ценообразование: учебное пособие /Лазурин Е.А., Неклюдов В.А., Сироткин С.А. – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2020. – 76 с.
- 2) 24. Васюхин О.В., Основы ценообразования – СПб: СПбГУ ИТМО, 2010.– 110с.
- 3) 12. Микроэкономика. Теория и российская практика: учебник/ коллектив авторов: под ред. А.Г. Грязновой, А.Ю. Юданова – 10-е изд., перераб. и доп. – М, :КНОРУС, 2015 – 640с.

Галкина Ирина Александровна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии и педагогики дошкольного образования ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», г. Иркутск

*Шишкина Мария Андреевна,
студент 5 курса,
факультет педагогики ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», г. Иркутск*

ДИДАКТИЧЕСКАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОЦЕНОЧНОЙ ЛЕКСИКИ ДЕТЕЙ СРЕДНЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема формирования эмоционально-оценочной лексики детей среднего дошкольного возраста посредством дидактической игры. В этот период необходимо сформировать эмоционально-оценочную лексику, так как в дальнейшем она станет основой для речевого развития детей. В данной статье рассматривается проблема формирования эмоционально-оценочной лексики, раскрыта актуальность поднятой проблемы, рассматриваются теоретические основы и положения разных авторов, представлены результаты исследований на базе детского сада. В статье представлены взгляды разных авторов на формирование эмоционально-оценочной лексики у детей: Е. А. Флерица, Е. И. Тихеева, Е. А. Аркин, Р. Я. Лехтман-Абромович, М.М, Алексеева, В.И. Яшина. Кроме теоретических обоснований проблемы, статья содержит результаты исследования по данной теме, реализованного в нескольких направлениях: сформированность эмоциональной идентификации, умение подбирать синонимы и антонимы к эмоционально-оценочным словам, умение составлять рассказ с использованием эмоционально-оценочной лексики, анкетирование родителей по вопросам формирования эмоционально-оценочной лексики. Данные исследований позволили осуществить дальнейшую работу по организации и реализации необходимых педагогических условий по формированию у детей среднего дошкольного возраста эмоционально-оценочной лексики.

Summary. This article deals with the problem of the formation of emotional and evaluative vocabulary of children of middle preschool age through didactic play. During this period, it is necessary to form an emotional and evaluative vocabulary, since in the future it will become the basis for the speech development of children. This article examines the problem of the formation

of emotional and evaluative vocabulary, reveals the relevance of the raised problem, examines the theoretical foundations and positions of different authors, presents the results of research based on kindergarten. The article presents the views of different authors on the formation of emotional and evaluative vocabulary in children: E. A. Fleerina, E. I. Tikheeva, E. A. Arkin, R. Ya. Lehtman-Abromovich, M.M., Alekseeva, V.I. Yashina. In addition to theoretical substantiations of the problem, the article contains the results of research on this topic, implemented in several directions: the formation of emotional identification, the ability to select synonyms and antonyms for emotional-evaluative words, the ability to compose a story using emotional-evaluative vocabulary, questioning parents on the formation of emotional-evaluative vocabulary. The research data made it possible to carry out further work on the organization and implementation of the necessary pedagogical conditions for the formation of emotional and evaluative vocabulary in children of middle preschool age.

Ключевые слова: *средние дошкольники, Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования, организационно-педагогические условия, эмоционально-оценочная лексика, дидактическая игра.*

Keywords: *middle preschoolers, Federal State educational standard of preschool education, organizational and pedagogical conditions, emotional and evaluative vocabulary, didactic game.*

Речь многих современных детей характеризуется бедностью, безэмоциональностью. Также не все дошкольники понимают значение эмоционально-окрашенных слов и не используют их в своей речи. Данная проблема может возникать из-за недостаточного уровня готовности педагогов и уровня развития компетентности родителей в данном вопросе. Многие родители и педагоги не задаются вопросом о том, как сформировать эмоционально-оценочную лексику у детей, считая данную проблему неприоритетной по сравнению с развитием грамматического строя речи, правильностью звукопроизношения. Однако, владение эмоционально-оценочной лексикой способствует формированию коммуникативных навыков, пониманию своих эмоций и эмоций других людей.

Необходимость формирования эмоционально-оценочной лексики у старших дошкольников обозначена и во ФГОС ДО. В Стандарте предъявлено требование к развитию монологической и диалогической речи старших дошкольников. Решение данных задач неосуществимо без формирования эмоционально-оценочной лексики.

Стоит отметить, что лексика – это одна из самых важных частей системы языка, оказывающей огромное влияние на развитие личности ребенка, способствующей формированию навыков обучения. Проблема развития словаря детей являлась предметом

рассмотрения многих специалистов в области речевой деятельности. Так, Е.И. Тихеева определила основные положения, а также задачи и направления в работе педагогов по развитию речи детей, акцентировала внимание на важности формирования эмоционально-оценочной лексики [2].

В работах Е.М. Галкиной-Федорук, Н.А. Лукьяновой и В.К. Харченко представлено разграничение данных понятий по функциям и средствам выражения. Эмоциональность в речи представлена определенными лексическими значениями, а также суффиксами субъективной оценки, междометиями, использованием частиц, через интонацию. Экспрессия выражена как вербальными, так и невербальными средствами.

Однако, несмотря на большое количество исследований, посвященный определению представленного понятия, недостаточно публикаций, направленных на анализ проблемы формирования эмоциональной оценочной лексики у детей старшего дошкольного возраста. На наш взгляд, при решении данного вопроса необходимо исходить из возрастных особенностей и потребностей детей, учитывать, что ведущей деятельностью данного возраста является игра. Но в обычный игре сложно осуществимо достижение образовательных результатов, в частности формирование эмоционально-оценочной лексики у детей. Поэтому мы предположили, что процесс формирования эмоционально-оценочной лексики у детей старшего дошкольного возраста будет эффективным при использовании дидактических игр.

Также необходимо обогатить «Центр развития речи» и «Центр игры» рабочей тетрадь и материалами для дидактических игр, выстроить и использовать в образовательной деятельности систему дидактических игр в соответствии с темами недели. Немаловажным является и реализация работы с педагогами и родителями. Для развития готовности педагогов и формирования компетентности родителей к формированию эмоционально-оценочной лексики у детей старшего дошкольного возраста можно проводить родительские собрания, организовывать семинары и мастер-классы.

Для обоснования описаны условия мы обратились к научно-методической литературе, посвященной проблеме формирования эмоционально-оценочной лексики у детей старшего дошкольного возраста. Так, И.Е. Аничковым, М.М. Алексеевой, В.И. Яшиной, О.С. Ахмановой, М.В. Арбатовой, И. В. Голуб были представлены основные положения и принципы развития речи дошкольников, а также даны определения понятию «эмоционально-оценочная лексика».

Сложность освоения лексики современного русского языка была отмечена И. Е. Аничковым, который обосновал данное положение тем, что она состоит из разных по происхождению, сфере употребления и стилистике слов [3].

Классификацию эмоционально-оценочной лексики впервые определили М. М. Алексеева и В. И. Яшина:

- слово может обозначать эмоции, чувства и переживания;
- слово обозначает качество и свойство предметов и действия;
- образование синонимов и антонимов; – слово в лексическом значении содержит оценку [4].

Согласно представлениям А.Н. Гвоздева обогащение словаря детей среднего дошкольного возраста осуществляется по большей мере посредством общеупотребительной лексики, однако, дети данного возраста лучше понимают значение слов через наглядное видение предмета, соотнесение слова и объектов реального мира, соответствующего значению конкретного слова [5]. То есть для формирования эмоционально-оценочной лексики у детей среднего дошкольного возраста необходимо какое-либо наглядное представление, закрепление лексики в речи детей.

Кроме того, решение описанной проблемы способствует не только развитию речи дошкольников, но и является важным условием духовного и нравственного воспитания детей. Через овладение эмоционально-оценочной лексики дети учатся выражать свое отношение к различным событиям, явлениям, окружающим людям.

По мнению Я. Рейковского словесное обозначение эмоций способствует осознанию ребенком своих эмоциональных переживаний. Необходимо формировать у дошкольников умение понимать свои чувства и эмоции, а также чувства и эмоции других людей [6].

Ежкова Н. С. считает, что формирование эмоционально-оценочной лексики зависит от уровня развития словаря ребенка, семантики слова и включает в данный процесс такие этапы:

1. Привлечь внимание детей к эмоционально-оценочной лексике посредством создания благоприятной атмосферы, способствующей личностному общению и речевой активности старших дошкольников.

2. Эмоциональное обогащение речи детей: обобщенные представления о чувствах, эмоциях и установление взаимосвязи эмоциональной составляющей с лексической единицей языка.

3. Развитие умения применять и использовать эмоционально-оценочную лексику в межличностных отношениях и в ситуационном общении [8].

Авраменко О. В. подчеркивает, что использование эмоционально-оценочной лексики в речи детей и умение употреблять ее в ситуациях общения используется в различных заданиях: – использование слов эмоциональной оценки для составления предложений, детских сказок и рассказов [9].

Дошкольники, анализируя свою творческую работу должны ориентироваться на значение слова, адекватно используя эмоционально-оценочную лексику в диалогической и монологической речи;

- оценочные рассуждения и суждения о детских творческих работах;
- привлечение к анализу музыкальных произведений;
- характеристика своих и сверстников эмоциональных состояний, переживаний.

Процесс формирования эмоционально-оценочной лексики у детей среднего дошкольного возраста должен быть выстроен с возрастными особенностями детей. Стоит учитывать, что ведущей деятельностью детей дошкольного возраста является игра. Именно в игре дошкольники получают знания об окружающем мире, учатся выстраивать взаимодействие с другими людьми. Одной из разновидностью игр являются дидактические, отличием которых от обычных игр является наличие четкой цели и определенных правил, а процесс игры контролируется педагогом [10]. Целесообразность использования дидактических игр для формирования эмоционально-оценочной лексики у детей среднего дошкольного возраста обусловлена тем, что данный вид игр интересен ребенку, позволяет проявить ему активность и самостоятельность, а также способствует формированию когнитивных процессов. По мнению Е.И. Тихеевой дидактические игры обладают огромным потенциалом в вопросах развития речи дошкольников.

А.Ю. Урвановой были представлены дидактические игры для формирования эмоционально-оценочной лексики детей, в процессе которых дошкольникам нужно было изобразить или описать свое эмоциональное состояние. К таким играм относится «Пирамида любви», суть которой заключается в том, чтобы из рук строить пирамиду и одновременно говорить о том, что любишь; «Я...», в которой детям нужно было закончить предложение («Я боюсь собак»); «Море волнуется», когда дошкольники изображают смешную, грустную, испуганную, удивленную фигуру и называют ее [11].

По мнению О.М. Котенко успешность любого процесса, осуществляемого с дошкольниками, в том числе и формирования эмоционально-оценочной лексики, будет более эффективным при взаимодействии со семьей ребенка. Важно, чтобы знания, навыки, которые дошкольники получают в дошкольном учреждении были закреплены дома.

Возможна реализация родительских собраний, мастер-классов, направленных на расширение знаний родителей о процессе формирования эмоционально-оценочной лексики детей среднего дошкольного возраста посредством использования дидактических игр.

По мнению Л.Л. Лашковой важным фактором успешности в процессе воспитания и обучения детей дошкольного возраста является правильная организация развивающей предметно-пространственной среды. Важно, чтобы она отвечала интересам, потребностям

и особенностям дошкольников, была многофункциональна, безопасна, соответствовать требованиям ФГОС ДО [12].

С целью оценки выдвинутых условий и проверки эффективности реализованной программы нами было проведено эмпирическое исследование.

База эмпирического исследования – МБДОУ Детский сад №5 «Звёздочка». В исследовании приняли участие 20 детей среднего дошкольного возраста.

Для исследования нами были подобраны следующие методики: анкетирование родителей (авторский вариант); **методика «Эмоциональная идентификация»** (Е. И. Изотова) [13], **метод подбора синонимов и антонимов к эмоционально-оценочным словам** (И. Ю. Кондратенко) [14], **методика «Составление рассказа по эмоционально-насыщенной сюжетной картинке»** (В. П. Глухов) [15].

По результатам методики «Эмоциональная идентификация (Е.И. Изотова) нами были выявлены следующие показатели: у 30% не сформирована эмоциональная идентификация, то есть они не понимают эмоции других людей, не воспринимают экспрессивные выражения, структура эмоциональных представлений и уровень произвольного выражения эмоций не развиты.

У 50% исследуемых был выявлен средний уровень сформированности эмоциональной идентификации. Дети со средним уровнем при выполнении задания прибегали к помощи воспитателя, однако, смогли соотнести и воспроизвести до четырех эмоциональных состояний.

У 20% дошкольников был выявлен высокий уровень сформированности эмоциональной идентификации. Дети с высоким уровнем правильно называли эмоциональные состояния, могли соотнести пиктограммы с фотографическими изображениями, а также показать различные эмоции. Данным детям не требовалась помощь со стороны педагога.

Результаты тестирования по **методу подбора синонимов и антонимов к эмоционально-оценочным словам** (И. Ю. Кондратенко) показали следующие результаты: у 40% дошкольников был выявлен низкий уровень, у 40% - средний и у 20% - высокий уровень умения подбирать синонимы и антонимы к эмоционально-оценочным словам. Дети с низким уровнем не могли правильно назвать все эмоциональные состояния, а также подобрать антонимы и синонимы к эмоционально-оценочным словам.

Дети со средним уровнем правильно определили эмоциональные состояния, однако, не смогли подобрать синонимы и антонимы ко всем эмоционально-оценочным словам.

Дети с высоким уровнем справились со всеми заданиями: правильно назвали эмоциональные состояния и подобрали антонимы и синонимы к эмоциональным состояниям.

Результаты методики «Составление рассказа по эмоционально-насыщенной сюжетной картинке» (В. П. Глухов) выявили следующие показатели: у 40% дошкольников был выявлен низкий уровень, у 35% - средний и у 25% - высокий уровень умения составлять рассказ по эмоционально-насыщенной сюжетной картинке.

У детей с низким уровнем сформированности эмоционально-оценочного словаря использование слов эмоционально-оценочной лексики носит случайный характер или основан на подражании, их предложения простые, шаблонные.

Дети со средним уровнем сформированности эмоционально-оценочного словаря использовали лексику, передающую эмоционально-оценочное отношение, однако, преимущественно использовали существительные.

Дети с высоким уровнем сформированности эмоционально-оценочного словаря использовали в большей мере прилагательные, смогли передать эмоционально-оценочное отношение к сюжету на картинках.

Анализ результатов исследования констатирующего этапа позволил определить, что фразовая речь детей в основном состоит из простых, шаблонных предложений, многим дошкольникам трудно распознать эмоциональные состояния и соотнести их, а также выразить собственное эмоциональное состояние с помощью речевых средств.

Далее нами было проведено анкетирование, целью которого было выявить уровень готовности родителей к формированию эмоционально-оценочной лексики у детей среднего дошкольного возраста. Анализ результатов исследований показал, что всего у 40% родителей был выявлен высокий уровень готовности к формированию эмоционально-оценочной лексики у детей среднего дошкольного возраста, у 30% был выявлен средний уровень и у 30% низкий уровень. Большинство родителей не имеют сформированного представления о том, что такое «эмоционально-оценочная лексика», не знают возрастные особенности развития лексики детей данного возраста, не проводят с детьми работу по формированию эмоционально-оценочной лексики, в целом не осознают важность решения данной проблемы.

Как было указано выше, важным фактором формирования эмоционально-оценочной лексики детей среднего дошкольного возраста является правильная организация и оснащённость развивающей предметно-пространственной среды.

Нами был проведен анализ развивающей предметно-пространственной среды и определено, что в целом среда соответствует требованиям ФГОС ДО, однако, для более

эффективной деятельности необходимо оборудовать уголок единения для детей, подобрать и включить в центр речевого развития дидактические пособия и дидактические игры, которые будут способствовать пониманию своего и чужого эмоционального состояния, стимулируют речевую активность детей, способствуют обогащению у них словарного запаса. Так, в «Центр речи» были подобраны карточки с изображением противоположных эмоций, совместно с родителями созданы лэпбуки по теме «Эмоции», материалы для проведения игр «Жадина», «Подарок» и др.

Была разработана и реализована система занятий по формированию эмоционально-оценочной лексики у детей среднего дошкольного возраста, направленная на обогащение словарного запаса эмоционально-оценочной лексикой, на формирование умения употреблять прилагательные в соответствии с их значением, умения составлять рассказ по картинке или прочитанному произведению с использованием эмоционально-оценочной лексики.

Также нами была выполнена работа по повышению компетентности у родителей в вопросах формирования эмоционально-оценочной лексики у детей среднего дошкольного возраста. Нами были проведены родительские собрания по следующим темам: «Что такое эмоционально-оценочная лексика. Её значение для развития личности и речи детей среднего дошкольного возраста?», «Дидактические игры как эффективное средство формирования эмоционально-оценочной лексики детей среднего дошкольного возраста». В рамках формирующего исследования были проведены совместные с родителями занятия по формированию умения составлять рассказ с использованием эмоционально-оценочной лексики, оформлен стенд для родителей на тему «Дидактические игры для формирования эмоционально-оценочной лексики».

Анализ результатов контрольного этапа исследования показал, что произошла положительная динамика в показателях. По результатам методики «Эмоциональная идентификация» были получены следующие результаты: у 60% исследуемых было выявлен высокий уровень, у 20% – средний уровень и всего у 20% – низкий уровень сформированности эмоциональной идентификации.

Результаты метода «Подбор синонимов и антонимов» показали, что у 60% дошкольников сформировалось умение правильно подбирать синонимы и антонимы к эмоционально-оценочным словам. Анализ результатов методики «Составление рассказа по эмоционально-насыщенной сюжетной картинке» на контрольном этапе исследования позволил сделать вывод о том, что произошла положительная динамика в показателях, у 60% дошкольников был выявлен высокий уровень сформированности эмоционально-оценочной лексики.

Изучение готовности родителей к формированию эмоционально-оценочной лексики также показало положительную динамику на контрольном этапе исследования: у 70% родителей был выявлен высокий уровень развития готовности к решению проблемы, у 20% –средний и у 10% – низкий.

Анализ результатов контрольного этапа исследования позволяет сделать вывод о том, что условия формирования эмоционально-оценочной лексики детей старшего дошкольного возраста были эффективными.

Выводы. Формирование эмоционально-оценочной лексики является важным условием для развития личности ребенка, умений у него выстраивать полноценное общение с окружающими людьми, а также для развития речи детей среднего дошкольного возраста. Проведенное нами экспериментальное исследование показало, что в процессе формирования эмоционально-оценочной лексики детей среднего дошкольного возраста будет эффективным использовать дидактические игры.

Литература

1. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования. М.: Сфера, 2016. 96 с.
2. Тихеева Е. И. Основные положения методики развития речи детей // Дошкольное воспитание. 2014. № 12. С. 12–20.
3. Алексеева М. М. Методика развития речи и обучения родному языку дошкольников. М. : Академия, 2000. 400 с.
4. Яшина В.И. Овладение эмоционально-оценочной лексикой старшими дошкольниками. М.: Прометей, 2016. 290 с.
5. Ушакова О.С. Развитие связной речи. Умственное воспитание детей дошкольного возраста. М.: Просвещение, 1988. 201 с.
6. Гвоздев А.Н. Вопросы изучения детской речи. М.: ЖИРАФ, 2010. 213 с.
7. Кошелева А.Д. Эмоциональное развитие детей в игре. М.: Просвещение, 1989. С. 131-141.
8. Ежкова Н.С. Эмоциональное развитие детей дошкольного возраста: Пос. для педагогов дошкольных учреждений. М.: Владос, 2010. 127 с.
9. Авраменко О., Голубь Е. Формирование эмоционально-оценочной лексики старших дошкольников // Детский сад от А до Я. 2015. №5. С.71- 76.

10. Урванова, Н. Ю. Развивающая предметно-пространственная среда как средство познавательно-речевого развития дошкольников // Вопросы дошкольной педагогики. 2018. № 3 (13). С. 43-47.
11. Котенко О.М., Лашкова Л.Л. Формирование эмоционально-оценочной лексики у дошкольников // Материалы VI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». 2019. № 4. С.120-123.
12. Изотова Е.И., Никифорова Е.В. Эмоциональная сфера ребенка: теория и практика. Академия, 2004. 98 с.
13. Кондратенко И.Ю. Формирование эмоциональной лексики у детей с общим недоразвитием речи старшего дошкольного возраста. 2013. 154 с.
14. Глухов, В. П. Основы психолингвистики. М.: АСТ: Астрель, 2005. 350 с.

Literature

1. Federal state educational standard of preschool education. Moscow: Sphere, 2016. 96 p
2. Tikheeva E. I. The main provisions of the methodology of speech development of children // Preschool education. 2014. No. 12. pp. 12-20.
3. Alekseeva M. M. Methods of speech development and teaching the native language to preschoolers. M. : Academy, 2000. 400 p.
4. Yashina V.I. Mastering emotional and evaluative vocabulary by senior preschoolers. Moscow: Prometheus, 2016. 290 p
5. Ushakova O.S. Development of coherent speech. Mental education of preschool children. Moscow: Prosveshchenie, 1988. 201 p.
6. Gvozdev A.N. Questions of studying children's speech. M.: GIRAFFE, 2010. 213 p.
7. Kosheleva A.D. Emotional development of children in the game. M.: Enlightenment, 1989. pp. 131-141.
8. Ezhkova N.S. Emotional development of preschool children: Pos. for preschool teachers. M.: Vldos, 2010. 127 p.
9. Avramenko O., Golub E. Formation of emotional and evaluative vocabulary of senior preschoolers // Kindergarten from A to Z. 2015. No. 5. pp.71- 76.
10. Urvanova, N. Y. Developing subject-spatial environment as a means of cognitive and speech development of preschoolers // Questions of preschool pedagogy. 2018. No. 3 (13). pp. 43-47.
11. Kotenko O.M., Lashkova L.L. Formation of emotional and evaluative vocabulary in preschoolers // Materials of the VI International Student Scientific Conference "Student Scientific Forum". 2019. No. 4. pp.120-123.

12. Izotova E.I., Nikiforova E.V. The emotional sphere of the child: theory and practice. Academy, 2004. 98 p.
13. Kondratenko I.Y. Formation of emotional vocabulary in children with general speech underdevelopment of senior preschool age. 2013. 154 p.
14. Glukhov, V. P. Fundamentals of psycholinguistics. Moscow: AST: Astrel, 2005. 350 p.

*Старший преподаватель кафедры специальной подготовки
Дальневосточная пожарно – спасательная академия – филиала Санкт-
Петербургского университета ГПС МЧС России им.
Россия, г Владивосток*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБНАРУЖЕНИЯ ПОЖАРА НА РАННИХ СТАДИЯХ РАЗВИТИЯ

Аннотация: Для обнаружения пожара на ранней стадии необходимы высокочувствительные пожарные датчики, но они часто выдают ложные сигналы тревоги из-за явлений, не связанных с пожаром.

В данной статье рассматриваются вопросы обнаружения пожара на ранней стадии с использованием искусственного интеллекта.

Abstract: Highly sensitive fire detectors are needed to detect a fire at an early stage, but they often issue false alarms due to phenomena unrelated to the fire.

This article discusses the issues of detecting a fire at an early stage using artificial intelligence.

Ключевые слова: датчик запаха, датчик SnO₂, датчик дыма, искусственный интеллект, обнаружение пожара.

Keywords: Odor sensor, SnO₂ sensor, smoke detector, artificial intelligence, fire detection.

Идея о том, что обнаружение пожара на очень ранней стадии необходима для защиты человеческой жизни и имущества, стала общепринятой. Особенно, если пожар возникает в помещениях, где ущерб от пожара очень велик.

Обнаружение дыма с помощью различных датчиков наиболее важно до того, как дым распространится на слишком большие расстояния.

На сегодняшний день проведены многочисленные исследования в области обнаружения различных запахов с использованием датчиков управляемых сетью с искусственным интеллектом.

Исследования проводятся как с пожарными дымовыми датчиками, датчиками определения запахов, так и в их комбинациях.

Датчик запаха способен почувствовать запах до начала выделения дыма от нагретого материала.

Обычные исследования посвящены исследованиям срабатывания дымовых датчиков на концентрацию дыма в окружающей среде. В нашем случае рассматривается аспект того, что комбинация датчика запаха и датчика дыма эффективна на различных стадиях развития пожара, а также в умении системы распознавать запахи, связанные с пожаром и не связанные пожарами.

В обычных дымовых датчиках для формирования сигнала обнаружения пожара используется выходной сигнал датчика.

В нашем случае рассматривается комбинация дымовых датчиков и двух датчиков запаха. Показания уровня срабатывания датчиков при различных условиях были подготовлены для базы данных сети управления с использованием искусственного интеллекта.

В качестве пожарных датчиков для обнаружения ранней стадии пожара были выбраны два вида датчиков, датчик запаха и очень чувствительный датчик дыма. Датчик запаха был изготовлен из тонкой пленки SnO_2 , которая была нанесена на алюминиевую подложку, и его рабочая температура составляла 300°C . Датчик дыма работал по принципу рассеяния света. Причина в том, что датчик запаха очень чувствителен к запаху гари, а очень чувствительный датчик дыма способен реагировать на такой тонкий дым, как $0,01\%/м$, который не виден.

Датчики были установлены для анализа данных окружающей среды в таких местах, как офис, холл и столовая. Данные датчиков были зарегистрированы, и были извлечены специфические характеристики данных.

Что касается данных пожарных испытаний, то характеристики датчиков были отобраны при тлении различных материалов на разном расстоянии между источником огня и датчиками. Каждое измерение датчиков было разделено на два вида данных, например, нормальный уровень сигнала датчика и скорость изменения в минуту. Эта классификация данных полезна для различия пожара и ложного срабатывания, поскольку в качестве элементов оценки был взят не только уровень сигнала датчика, но и данные временного ряда, например, скорость изменения уровня сигнала датчика в минуту.

Данные показаний хорошо подходят для использования в сети управления с использованием искусственного интеллекта, поскольку в качестве динамического диапазона данные датчиков были нормализованы до значения 1,0.

Вероятность возгорания определялась следующим образом. Значение вероятности пожара составляло 0,99 при установке датчика над очагом пожара и 0,95 на расстоянии трех метров от очага пожара. В случаях пожара значение вероятности пожара 0,75 было минимальным.

После того, как сеть управления «выучила» шаблоны данных уровня сигналов датчиков, она может принять решение о пожаре на основе реальных данных уровня сигнала датчика.

Чтобы подтвердить, что обученная сеть управления с использованием искусственного интеллекта эффективно работает при принятии решения о пожаре, был проведен ряд опытов.

Искусственному интеллекту было предоставлено шесть экспериментальных наборов данных, из которых четыре случая были данными об окружающей среде, а два случая - тестовыми данными о пожаре.

В данных об окружающей среде вероятность пожара достигает максимума 0,2. При этих условиях уровень датчика дыма начал колебаться, а уровень датчика запаха немного повысился при приготовлении пищи. В этом случае сеть управления не может принять решение о пожаре, поскольку изменение уровня датчиков, вероятно, приведет к истинному пожару. Полученное значение вероятности было почти на уровне вероятности пожара (0,75). С другой стороны, как только сигнал датчика запаха стал высоким, а датчик дыма остался на низком уровне, вероятность пожара составляет 0,15, но была снижена до низкого значения из-за уменьшения вероятности ложной тревоги, при появлении аромата кофе, а не дыма. Также был исследован случай курения. Уровень дымового датчика был похож на пиковый шум и оставался умеренно высоким. Вероятность возгорания оставалась низкой и не могла достичь тревожного уровня (0,25).

Датчик запаха не так чувствителен к запаху курения, как к запаху тления. Предполагается, что в результате окисления зажженной сигареты температура дыма была настолько высокой, что запах, вызванный горением, уменьшился.

Следующий эксперимент проводился с щепой букового дерева. Эти данные использовались для исследования разницы в мощности потоков запахов, очаги которых расположены на разных расстояниях от источника огня, два метра и пять метров. Вес буковой древесины в каждом эксперименте составлял всего 1,5 г. Объем помещения составлял 270м.

В случае, когда расстояние между источником огня и датчиками составляет два метра, выходной сигнал датчика дыма в течение десяти минут быстро увеличивался и колебался, таким образом, отклонение вероятности возгорания было большим.

В случае трехметрового расстояния вероятность пожара превысила уровень тревоги (0,75). Выходной сигнал датчика дыма увеличивался без колебаний. Время нарастания выходного сигнала датчика было поздним - пять минут, чем в случае двухметрового расстояния.

В проведенных экспериментах выявлено, что принятие решений при обнаружении пожара вполне достоверны, когда сети управления использующей искусственный интеллект были предоставлены данные о состоянии окружающей среды и данные об огневых испытаниях.

Решение о возгорании в изменчивой среде было не столь надежным, как в стабильных условиях, потому что тенденции выходных данных датчика были почти такими же, как явления пожара.

В результате исследований выявлено, что наиболее эффективно различают пожар пары датчик дыма - датчик запаха, управляемые сетью с применением искусственным интеллектom.

Библиографический список:

1. Ю. Окайарна, «Примитивное исследование обнаружения пожара с помощью искусственной нейронной сети.» *proc. of the 9th int. conf. on automatic fire detection (AUBE'89)*, pp.409-432, 2009 (Duisberg).
2. D.E.Rumelhart, G.E.Hint, and R.J.Williams, *Learning internal representation by error propagation*, «parallel distributed processing :Exploration in the micro structure of cognition,» vol.1, foundation MIT press, Boston, 2006.
3. Т.Nakamoto и Н.Moriizumi, «Датчик запаха с использованием кварцевого резонатора и нейронной сети распознавания образов», *протв. осенней конф. Института электротехники Японии, С-2*, 1988 г.
4. Ю. Окайарна, «Подход к обнаружению пожаров на ранней стадии с помощью датчиков запаха и сети искусственного интеллекта», *Proc. of the 3rd int. symp. of Fire safety science*, pp.955-964, 2011.

*Гупало Татьяна Ивановна,
преподаватель кафедры общего фортепиано,
Почётный работник среднего профессионального образования РФ
Белгородский государственный институт искусств и культуры
Россия, г. Белгород*

*Евсеева Марина Александровна
методист кафедры общего фортепиано
Белгородский государственный институт искусств и культуры
Россия, г. Белгород*

НАРОДНЫЕ ТРАДИЦИИ В ТВОРЧЕСТВЕ КОМПОЗИТОРОВ

Аннотация. В данной статье раскрывается вопрос тесной связи профессионального творчества с народными истоками. Раскрываются общие черты и особенности, присущие народной и русской классической музыке. Развитие эстетического кругозора через обращение к произведениям русских композиторов, воспитание бережного отношения к художественному наследию русского народа, устойчивого интереса к народной музыкальной культуре, развитие умения слушать и анализировать музыку.

Annotation. This article reveals the issue of the close connection of professional creativity with folk origins. The general features and features inherent in folk and Russian classical music are revealed. The development of an aesthetic outlook through an appeal to the works of Russian composers, the upbringing of a careful attitude to the artistic heritage of the Russian people, a steady interest in folk musical culture, the development of the ability to listen and analyze music.

Ключевые слова: народное искусство, создатель, богатство, традиция, особенность, заимствование, художественные ценности, взаимосвязь, формирование, отражение, национальный стиль.

Key words: folk art, creator, wealth, tradition, feature, borrowing, artistic values, relationship, formation, reflection, national style.

Народ является создателем не только материальных богатств, но и величайших духовных ценностей, составляющих фундамент человеческой культуры. Задолго до того, как появились шедевры литературной классики, народ уже сотворил свой бессмертный

эпос – былины, сказания, думы, создал чудесные песни, сказки, ставшие началом начал всего национального искусства. Без этих удивительных по глубине и художественному богатству народных творений не могли бы родиться ни классическая литература, ни классическая музыка.

В музыке тесная связь профессионального творчества с вечно живыми народными истоками проявляется больше, чем в любом другом виде искусства, так как звуковой материал классической музыки, её мелодическое богатство, ладовый строй, тембровые и композиционные средства рождены народными традициями, имеют народные корни.

Национальный характер, присущий любой музыкальной культуре, определяется особенностями народной музыки данной нации, её духовным строем, темпераментом, интонационными, ладовыми, ритмическими особенностями. Отсюда певучесть и широта, присущая русской классической мелодике, углублённость и серьёзность, свойственная произведениям немецкой классики, изящество и чувственность, привлекающая во французской музыке. Каждая национальная культура выражает свой особый мир образов, идей, созвучий, интонаций, красок.

Во всей истории музыки не было ни одного композитора, который не обращался бы к народно-песенным истокам, не заимствовал бы темы и сюжеты, мелодии и интонации из народного творчества. Черпая художественные ценности в народном искусстве, они возвращали их народу в обогащённом виде.

Идея, заложенная в крылатой фразе Глинки, о том, что музыку создаёт народ, а композиторы её только записывают и аранжируют, высказывалась не только Глинкой. Римский-Корсаков, Чайковский, Григ говорили о зависимости их искусства от народных музыкальных истоков. Неразрывная связь с народным искусством своей страны покоряет нас в музыке венских классиков, Листа, Шопена, Бизе, Дворжака, Альбениса, Гершвина, которые внесли неоценимый вклад в мировую сокровищницу музыкальной культуры.

Традиция тесной взаимосвязи профессионального искусства и фольклора особенно ярко проявилась в русской музыкальной классике. Это объясняется прогрессивной демократической направленностью русской музыки и сохранением народно-песенной традиции. Глинка, Даргомыжский, Чайковский, Рахманинов, Прокофьев многократно обращались к народному искусству и по-разному осваивали его богатства. Одни непосредственно заимствовали мелодии народных песен и разрабатывали их в своих произведениях (Римский-Корсаков, Балакирев); другие, не цитируя конкретных фольклорных тем, свободно воспроизводили интонации, ладовые и ритмические обороты народной музыки (Бородин, Рахманинов).

Обращение к фольклору не было для композиторов художественной самоцелью. Пользуясь простым и ясным языком народного искусства, они стремились сделать своё искусство понятным и близким народу.

Своеобразие национального стиля композиторов не исчерпывается только заимствованием народных мелодий. Стремясь запечатлеть величие героического прошлого своей Родины, композиторы обращались к образам национального эпоса. Так русский богатырский эпос «Слова о полку Игореве» послужил сюжетной основой для знаменитой оперы Бородина. Бессмертные народные сказания, мифы, легенды нашли своё воплощение в операх Римского-Корсакова («Садко», «Сказание о граде Китеже»), Вебера («Волшебный стрелок»), Дворжака («Русалка»).

Композиторы рисовали средствами музыкальной выразительности пейзажи, отображали картины народного быта. Они, не ограничиваясь воссозданием народно-песенных мелодий, стремились передать в своей вокальной музыке специфические особенности народной речи, характерные разговорные интонации.

Огромную роль в развитии музыкального искусства сыграла и народная хореография. Зарисовки народных плясок нашли своё отражение и в «Камаринской» Глинки, и в «Славянских танцах» Дворжака, и в «Болеро» Равеля, и в балетной музыке Хачатуряна.

Важную роль в формировании национального стиля музыки играет воздействие классической поэзии и театра. Трудно представить русскую музыку без Пушкина и Гоголя, немецкую – без Гёте, польскую – без Мицкевича. Так, народная сказка пришла в русскую оперу вместе с сюжетами Пушкина («Руслан и Людмила», «Сказка о царе Салтане», «Золотой петушок»), а образы украинского быта нашли своё отражение в произведениях русских композиторов через повести Гоголя («Майская ночь», «Сорочинская ярмарка», «Ночь перед рождеством»).

Композиторы, претворяя народное искусство в своём творчестве, находили индивидуальные подходы к разработке фольклорных сокровищ, внося свою творческую мысль, своё восприятие, свой темперамент.

Некоторые композиторы, сами собиравшие и обрабатывавшие песенный фольклор, стремились в своих сочинениях сохранять подлинность народных песен. Другие же создавали собственные варианты народных мелодий, сочиняя в духе и характере национального фольклора.

Наиболее простой и распространённой формой связи профессиональной и народной музыки является прямое заимствование или обработка композиторами тем, услышанных в народе.

В таких случаях песни, заимствованные у народа, полностью сохраняли свой первоначальный смысл, жанровую принадлежность, а иногда и подлинный текст. Так, например, песня «Исходила младёшенька» в опере «Хованщина» не сочинена Мусоргским, а взята из народного творчества. Мусоргский лишь немного видоизменил текст народной песни в соответствии с оперным сюжетом.

Однако, композиторы не всегда, цитируя народную мелодию, сохраняли её первоначальный смысл. Тем не менее, существенно преобразованные и подчинённые творческому замыслу композитора, народные мелодии не воспринимаются как искажённые, а, наоборот, как улучшенные и обогащённые. Характерным примером такого переосмысления является мелодия игровой песни «Заиграй, моя волынка» в опере Мусоргского «Борис Годунов». Замечательные образцы творческого преобразования народных мелодий встречаются не только в творчестве русских оперных композиторов, но и в творчестве композиторов современных.

Гений народа и гениальность выдающихся композиторов выступают в нерасторжимом единстве: обрабатывая и обобщая музыкальные богатства, созданные народом, они вносят свой значительный вклад, свою творческую мысль в развитие музыкального языка эпохи.

Использованные источники:

1. Колпакова Н.П. Песни и люди. – Ленинград, 1977.
2. Современность и фольклор. Статьи и материалы. Сост. В.Е. Гусев, А.А. Горковенко. – М., 1977.

*Пюннанен Леонид Павлович,
студент, 1 курс, факультет «Экономическая безопасность»
Кубанский Государственный Аграрный Университет*

РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация: В статье рассматривается ведущая роль физической культуры в жизни человека, подчеркивается ее значимость, обосновывается потребность в организации регулярных занятий спортом. Автор делает вывод о том, что с учетом роли физической культуры в жизни человека, следует признать ее уникальность как социального явления. Во многих отношениях это связь между социальным развитием человека и биологическим прогрессом. Этот тип культуры является первым из всех аспектов культуры в принципе; он является основой для любого представителя человеческого рода. Одной из основных особенностей физического воспитания является дуализм. Во многих отношениях именно по этой причине принято говорить о двойственном сильном воздействии на человека: как на организм человека, так и на его психику.

Annotation: The article discusses the leading role of physical culture in human life, emphasizes its importance, explaining the need for organizing regular activity. The author concludes that, taking into account the role of physical culture in human life, its uniqueness as a social phenomenon should be recognized. In many ways, it makes the connection between human social development and biological progress. This type of culture is the first of all aspects of culture in general; it is the basis for any person. One of the main features of physical education is dualism. In many relations, that is why it is usually accepted to talk about a dual strong effect on a person: both on the human body and on his mental health.

Ключевые слова: физическая культура, здоровье, организм, продолжительность жизни

Key words: physical education, health, organism, life longevity

Невозможно недооценивать роль физической культуры в жизни человека, поскольку ни одна сфера человеческой деятельности такого рода не была бы с ней связана. Спорт и физическая культура – это духовные и материальные социальные ценности, важные для любой личности. Из года в год в нашей стране физкультура все чаще рассматривается как явление общества и личностные особенности человека. В то же время психологи и

педагоги, философы сходятся во мнении: этот феномен еще недостаточно изучен, несмотря на долгое время внимательное отношение людей к культуре тела.

Чтобы оценить роль физической культуры в жизни человека в историческом контексте, следует отметить, что с древних времен физическая культура отражала практические потребности человека и общества в целом. Люди нуждались в надлежащем обучении, что особенно ярко проявилось в формировании традиций воспитания детей и молодежи. Однако не менее важным аспектом физического воспитания является возможность научить взрослого работать в этой области. Успехи современного общества тесно связаны с развитием образовательных систем и формированием образовательных программ. Учитывая этот фактор, можно смело говорить о физическом воспитании как об одном из фундаментальных явлений, помогающих определить способности и возможности человека [1].

Никто не сомневается в роли физической культуры в жизни человека по отношению к телесному аспекту существования. В настоящее время активно разрабатывается подход, который предполагает рассматривать физическое воспитание как элемент, влияющий на духовность человека. Кроме того, с помощью этого инструмента, в том виде, в котором его правильно используют профессионалы, можно скорректировать нравственность личности, развить интеллект человека и получить представление о красоте. Биологическая природа человека, как давно известно, сильно зависит от физического воспитания. Такие занятия определяют здоровье человека и развитие организма, его морфологию и функциональность. Влияние физического воспитания на духовные аспекты пока остается научно недоказанным.

Пытаясь оценить роль физической культуры в жизни современного человека, следует рассматривать образование как социальное явление. Фактически, это образовательная система, предназначенная для личного развития и совершенствования с конкретными целями. Физическая культура – это элемент системы образования, используемый для достижения того же результата. Некоторые подходы к пониманию сути образования требуют особого внимания к физическому воспитанию: важно изменить отношение к предмету в общественном смысле. Члены сообщества редко осознают, насколько важно физическое воспитание для отдельного человека и для общества в целом. Во многих отношениях роль физического воспитания в жизни человека станет более ясной для обычного человека, если идея обучения в этой области на протяжении всей жизни воплотится в реальность. Необходимы программы воздействия на молодежь, позволяющие подчеркнуть важность физического воспитания. Для этого горожане должны быть достаточно осведомлены о преимуществах регулярных занятий спортом. Не менее важен

мотивационный аспект. Необходимо повысить осведомленность людей о ценности заботы о собственном здоровье. Непрерывное обучение аспектам физического воспитания, обязательная тренировка и обучение самообладанию являются важными нюансами рассматриваемого вопроса. Человек, осознавший важность и значение физического воспитания, сам поддержит его развитие и позаботится о себе. Осознав важность и преимущества этого аспекта повседневной жизни, любой индивид может внедрить физическое воспитание в свою жизнь как обязательное и постоянное занятие [2].

При оценке роли физического воспитания в жизни человека необходимо учитывать необходимость гармоничного развития человеческого организма. Каждому человеку нужна ловкость, сила, быстрота и умение координировать свои движения. Важными качествами человека являются выносливость и работоспособность, выдержка и отличное здоровье. Основным доказательством этого постулата являются биологические факты: из анатомии известно, что почти половина массы тела приходится на ткань скелетных мышц-носителей, а это означает, что их формирование чрезвычайно важно. Чтобы состояние организма было нормальным, все эти мышцы должны получать адекватную регулярную нагрузку. Такое положительное влияние оказывает на мышцы тела и другие внутренние системы. Регулярная активность мышечных тканей корректирует работу центральной нервной системы, активизирует функциональность дыхательной системы, задает условия для активного кровотока [3].

Чтобы понять важность физической культуры в жизни человека, следует обратить внимание на людей, которые вынуждены жить в условиях недостаточной физической активности. Люди, страдающие гипокинезией, а также люди, вынужденные жить с нарушением функциональности внутренних систем, ограничением движений, сталкиваются с рядом физиологических проблем. Гиподинамия и гипокинезия агрессивно воздействуют на организм человека. Этот факт подтверждается многочисленными специализированными экспериментами и медицинской статистикой, собранными при наблюдении за людьми, вынужденными ограничивать свои движения. Как показали наблюдения [4], животные, которые долгое время живут в тесных клетках, болеют и быстро умирают. Если человек вообще не двигается, он может существовать, но мышечные ткани подвергаются атрофическим процессам, кости теряют силу, сердце и кровеносные сосуды, органы дыхания становятся менее активными. Длительное пребывание в покое наносит вред человеческому организму, поэтому рекомендуется начинать ходить, как только позволит состояние. Если активные движения пациенту противопоказаны, упражнения следует выполнять в положении лежа. Для каждого конкретного случая индивидуально разрабатывается комплекс физических мероприятий.

Чтобы понять важность физической культуры в жизни человека, можно проанализировать статистику заболеваний сердца и кровеносных сосудов и взаимосвязь между частотой этих случаев и двигательной активностью человека. Следует отметить, что рост патологий этих органов наблюдается в странах с высоким уровнем экономического развития. Это связано с гиподинамией, обусловленной механизацией трудовых процессов. Домашняя работа в современном мире не требует большого числа физических усилий со стороны человека, и для передвижения по населенным пунктам есть общественный транспорт. Многие люди забывают, насколько важны физические упражнения для человека. Их потребность существует в любой момент жизни. У детей и молодых людей такие упражнения помогают адекватно и равномерно развивать организм. Взрослые также должны заниматься улучшением морфофункциональности организма и повышением его способности выдерживать нагрузки. Упражнения помогают дольше оставаться здоровыми. В пожилом возрасте регулярная физическая практика является методом профилактики многих заболеваний и изменений, вызванных старением организма.

Понимая важность физического воспитания и спорта в жизни человека, человек должен стараться чаще заниматься физическими упражнениями и различными видами деятельности такого рода. Любая активность связана с мышечной работой, сократительными процессами и расслаблением тканей. При формулировке набора задач необходимо сбалансировать различные формы мышечной активности. Движения человека могут быть плавными или стремительными – это зависит от ситуации и контекста. В обоих случаях мышечные движения осуществляются в противоположном направлении. В анатомии это называется антагонистической мышцей. Такие ткани влияют друг на друга, регулируя тем самым их активность и напряжение. Если группа мышц уменьшена, чтобы обеспечить определенное движение, немедленно активируется другая, растяжка. Мышечная ткань может функционировать только при достаточном потреблении энергии. Она высвобождается в клеточных структурах в результате расщепления сложных соединений на упрощенные формулы. Химические реакции происходят при участии кислорода, подаваемого системой кровообращения. Кислород транспортируется эритроцитами, обогащенными гемоглобином, который реагирует с кислородом. Такие потоки протекают в легочной ткани. Отдача происходит во всех других структурах тела. Рабочий процесс включает в себя активную подачу крови в органы, которая обеспечивает ткани кислородом и питательными соединениями с последующим удалением продуктов разложения. Чем лучше питание мышц, тем больше сама мышца. В то же время увеличивается мышечная сила и повышается эластичность [5].

Если в жизни человека физкультура является постоянной практикой, организм приспосабливается к таким нагрузкам. Это влияет на работу сердца. Люди, которые регулярно занимаются физической культурой, улучшают работу сердца, а сосуды получают больший объем крови за один раз. Кроме того, регулярная физическая практика улучшает местный обмен веществ.

Однако, учитывая причины, по которым физическое воспитание необходимо в жизни человека, нельзя ограничиваться описываемым аспектом. Регулярная практика дает организму большую устойчивость к агрессивным факторам: человек становится устойчив к перепадам температуры воздуха и недостатку кислорода. Тело, которое регулярно получает адекватные нагрузки, лучше воспринимает изменение давления окружающей среды, более устойчиво к радиационному облучению. Систематические упражнения позволяют стать более устойчивыми к стрессу и повышают способности к длительной работе даже в условиях сильной жары или холода.

В литературе, затрагивающей важность физического воспитания в жизни человека [6], подчеркивается аспект физического воспитания как культуры в целом. Физическая культура – это сложное социальное явление, состоящее из трех аспектов: личности, ценностей и непосредственной деятельности. Продуктивный аспект – это общая сумма положительных результатов, полученных человеком, активно применяющим ценности физического воспитания на практике. Наиболее очевидным полезным результатом являются навыки, приобретенные человеком во время выполнения упражнений, а также навыки, приобретенные им. Не менее важна способность принципиально осваивать новое. Она формируется, в частности, при разработке различных методов и движений. Физическая подготовка повышает работоспособность, обеспечивает развитие осанки и телосложения. Еще одним результатом занятий является совершенствование качеств той или иной личности (эстетики, нравственности), благодаря чему человек становится более развитым, чем окружающие его люди.

Говоря о влиянии физического воспитания на жизнь человека, необходимо обратить внимание на личную физическую культуру. Это индивидуальный аспект, посвященный человеку, который чем-то занимается и преуспевает в этом. Все его богатство – это его личное физическое воспитание. Этот термин также можно интерпретировать как реальную деятельность человека, мотивацией которого является удовлетворение его потребностей и интересов в улучшении своего тела. Необходимо отметить актуальность систематического оздоровления организма. Упражнения должны выполняться постоянно, чтобы достичь заявленных целей. Еще одним признаком физической культуры является наличие в повседневной жизни специальных упражнений, которые затем используются в

практических целях на благо человека. Важным признаком является владение определенными навыками, достаточными для того, чтобы с помощью них можно было решать важные для конкретного человека проблемы. Физическая культура проявляется в приобретении организационно-методических навыков, благодаря которым человек может формировать занятия, соответствующие ему самому, его структуре и особенностям. На данный момент самостоятельная деятельность в этом аспекте является высшей формой личного физического воспитания [7].

Таким образом, физкультура и спорт в жизни человека – это занятие, с помощью которого человек учится справляться с противоречиями и преодолевать себя, а также свои негативные стороны, чтобы полностью раскрыться, понять свои возможности, полностью реализоваться. Самоопределение, регулярные физические практики являются инструментом для повышения потенциала человека. Аспект физического воспитания, связанный с деятельностью, обычно рассматривается как самосовершенствование с помощью продуманных движений, оптимизированных с учетом особенностей человека. Этот вид деятельности не касается всех движений, которые выполняет только человек, а удовлетворяет только правилам физкультуры, законам, повышающим выносливость и силу организма. Иными словами, роль физической культуры в жизни человека заключается в его личностном развитии с учетом законов отдыха и формирования двигательных способностей. Жизнедеятельность человека связана с множеством видов деятельности, требующих движений или ограничений для выдерживания нагрузок, но только ограниченное их количество можно рассматривать как физическое воспитание. Стержнем, сутью такого направления культуры является деятельность, одним из важных аспектов которой является обязательное выполнение определенных практик. Физическая культура в жизни современного человека позволяет добиться результатов, если человек выполняет адекватные единообразные упражнения. Нагрузки выбираются в соответствии с заданием. Их можно сформулировать как развитие его формы или сохранение существующего, восстановление прежних возможностей.

Список источников и литературы:

1. Заирова Э.Ш. Роль занятий физической культурой в жизни современного человека // Проблема процесса саморазвития и самоорганизации в психологии и педагогике. 2017. С. 24-26.
2. Гильгенберг А.Ю. Роль физической культуры в жизни человека // Научное сообщество студентов XXI столетия. 2019. С. 68-73.

3. Афашокова Ф.З., Красильникова А.В. Роль физической культуры в жизни человека // Студенческий вестник. 2020. № 23-2 (121). С. 6-7.
4. Никифорова М.Ю. Роль физической культуры и спорта в жизни человека // Студенческий вестник. 2022. № 5-1 (197). С. 57-58.
5. Назарова Р.Ф., Якшибаев И.С., Старцева Г.Р. Роль физической культуры в жизни современного человека // Научно-методологические и социальные аспекты психологии и педагогики. 2017. С. 50-51.
6. Посашкова О.Ю., Завлина Ю.И., Минибаева Е.Д. Роль занятий физической культурой в жизни человека // Инновации в системе высшего образования. 2018. С. 149-151.
7. Короткевич Д.С. Роль физической культуры в жизни человека и общества // Актуальные исследования. 2022. № 22 (101). С. 125-127.

*Мелентьева Анастасия Игоревна,
старший преподаватель кафедры немецкого языка, Смоленский государственный
университет, г. Смоленск*

**ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «DIVERSITÄT» В ДИСКУРСЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Аннотация. В статье ставится задача выявить, описать и структурировать наиболее частотные лексемы, вербализующие концепт «**Diversität**» в немецком образовательном дискурсе. Статья также представляет результаты применения двух подходов к структуризации данного концепта: тематического и рематического. Выявление структуры концепта на современном этапе развития языка в целом и образовательного дискурса в частности выполняется методом концептуально-дефиниционного и контекстного анализа. Результатом анализа стало выделение следующих тематических конститuentов: возрастное разнообразие, полоролевое разнообразие, этнокультурное разнообразие, религиозное разнообразие и разнообразие по виду ограничения возможностей здоровья. В части рематического подхода к структуре концепта выделены следующие структурные конститuentы: различие и своеобразие, открытость, креативность и инновации, плюрализм и гетерогенность.

Annotation. The article aims to identify, describe and structure the most frequent lexemes that verbalize the concept of "Diversität" in the German educational discourse. The article also presents the results of the application of two approaches to the structuring of this concept: thematic and rhematic. The identification of the structure of the concept at the present stage of the development of language in general and educational discourse in particular is carried out by the method of conceptual-definitional and contextual analysis. The result of the analysis was the identification of the following thematic constituents: age diversity, gender-role diversity, ethnocultural diversity, religious diversity and diversity by type of disability. The following structural constituents are identified in the part of the rheological approach to the structure of the concept: difference and originality, openness, creativity and innovation, pluralism and heterogeneity.

Ключевые слова: разнообразие, многообразие, гетерогенность, менеджмент разнообразия, образовательный менеджмент, структурная модель, Diversität

Keywords: diversity, heterogeneity, diversity management, educational management, structural model

В последние десятилетия термин «разнообразии» получил широкое распространение в гуманитаристике и приобрел новые оттенки значения.

Впервые в терминологическом значении понятие «разнообразии» возникает в биологическом и экологическом контексте. («Биологическое разнообразии» или «биоразнообразии» – разнообразии жизни во всех её проявлениях, а также показатель сложности биологической системы, разнокачественности её компонентов.)

Универсальность понятия «разнообразии» в биоэкологическом употреблении делает его весьма перспективным и удобным для заимствования в другие области научного знания, такие как химия (химическое разнообразии – разнообразии самых различных малых химических молекулярных структур в химическом пространстве или области и в то же время дисперсия различных методов синтеза, особенно в органической химии); архитектура (в городском планировании, например, выражение различных типологий и способов строительства); музыка (стратегия обеспечения музыкального разнообразии); политика (создание равных возможностей для групп, находящихся в неблагоприятном положении по определенным признакам); социология (различение и признание групповых и индивидуальных особенностей на следующих уровнях: возраст, этническое происхождение и национальность, пол и гендерная идентичность, физические и умственные способности, религия и убеждения, а также социальное происхождение).

В системе образования понятие «разнообразии» – это не только вариативность содержания обучения и педагогических технологий, но и множественность организационно-правовых форм, видов и типов образовательных учреждений, каналов получения образования.

Разнообразии предполагает многоукладность самой внутренней жизни школы, ее внутреннего строя, целей, методов, организации ее жизнедеятельности, а также широкий спектр возможностей выбора средств, методов, способов, моделей, систем педагогической работы и управленческой деятельности в образовании. [4, с.17]. В конечном счете, разнообразии можно рассматривать как основополагающий механизм развития и саморазвития образования, его демократизации.

В последнее время отдельной областью применения понятия «разнообразии» стал образовательный менеджмент. Образовательный менеджмент – деятельность, связанная не только с управлением образовательным учреждением и образовательным процессом, но и деятельность, направленная на развитие организации посредством образования его

сотрудников, расширения педагогических функций организации, формирования корпоративной культуры, привлечения персонала к инновационной деятельности.

Современные образовательные учреждения являются гетерогенными организациями, в которых работают и учатся различные группы обучающихся и сотрудников, отличающиеся по определенным признакам: этническая и религиозная принадлежность, состояние здоровья, физическое и интеллектуальное развитие, степень одаренности. Гетерогенная организация — это не абстрактное понятие. Это переплетение судеб различных людей, их неповторимых биографий, чувств, переживаний, взглядов и множество проблем, с которыми эти люди сталкиваются во время обучения [4, с. 166]. Таким образом, задачей образовательного менеджмента является учет этого многообразия и выстраивание системы управления этим многообразием. Направление образовательного менеджмента, занимающееся решением проблемы многообразия в образовательном пространстве, получило название «менеджмент разнообразия».

Менеджмент разнообразия – это междисциплинарная область научных знаний, концепция и стратегия управления персоналом организации, направленные на признание и уважение различий в организации, на воспитание персонала в духе толерантности, а также на идентификацию, раскрытие и использование профессионально-личностного потенциала сотрудников, принадлежащих к различным социальным группам как ресурса и фактора развития организации и достижения её конкурентных преимуществ.

Определим объект и предмет менеджмента многообразия. Объектом этой науки является многообразие персонала организации в совокупности всех его внешних и внутренних индивидуальных, групповых и корпоративных признаков и особенностей. В качестве предмета менеджмента многообразия выступают концепции, стратегии и технологии управления многообразием, направленные на идентификацию и раскрытие профессионально-личностных потенциалов сотрудников с учетом их индивидуальных, культурно-этнических, религиозных и полоролевых особенностей [4, с.59].

Поскольку понятие «разнообразия» сейчас очень актуально в образовательном менеджменте, то важно раскрыть его с лингвистической точки зрения, что мы осуществили на примере немецкого образовательного дискурса, проанализировав особенности языковой репрезентации структуры и интерпретационного потенциала концепта «**Diversität**».

Материалом для исследования послужили тексты научных статей, представленные на портале DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation (peDOCS Zeitschrift für Hochschulentwicklung), который предоставляет свободный доступ к исследованиям, отображающим самое современное понимание основных проблем, алгоритмов их решения и направления развития высшего образования.

В данной статье мы сфокусировались на номинативной репрезентации концепта «**Diversität**» в немецком образовательном дискурсе.

Анализ научных статей из сборников «Diversität an Hochschulen – Chancen und Herausforderungen auf dem Weg zu exzellenten und inklusiven Hochschulen» и «Diversität lernen und lehren – ein Hochschulbuch» показал, что наиболее частотными лексемами, вербализующими концепт «**Diversität**» с частеречной принадлежностью существительное, являются:

- *die Vielfalt* – Fülle von verschiedenen Arten, Formen o.Ä., in denen etwas Bestimmtes vorhanden ist, vorkommt, sich manifestiert; große Mannigfaltigkeit (множество различных видов и форм, в которых присутствует что-то конкретное\определенное; большое многообразие);
- *die Diversität* – Vielfalt, Vielfältigkeit (многообразие, разнообразие);
- *die Heterogenität* – Verschiedenartigkeit, Ungleichartigkeit, Uneinheitlichkeit im Aufbau, in der Zusammensetzung (разнообразие, неравенство, разобщенность в структуре, в составе);
- *die Unterschiedlichkeit* – das Unterschiedlichsein, etwas Unterschiedliches (различие) [7].

Следующим этапом работы стало выявление структуры концепта «**Diversität**» на современном этапе развития языка в целом и образовательного дискурса в частности методом концептуально-дефиниционного и контекстного анализа.

Анализ показал обоснованность двух подходов к структуризации концепта.

С одной стороны, в конструкции концепта можно выделить конституентные части, руководствуясь принципом учета тематической наполненности. Таким образом, тематически концепт «Diversität» распадается на:

- Altersdiversität (возрастное разнообразие),
- Genderdiversität (половое разнообразие),
- Ethno- und Kulturdiversität (этнокультурное разнообразие),
- Religionsdiversität (религиозное разнообразие),
- Behinderungsdiversität (разнообразие по виду ограничений возможностей здоровья).

Altersdiversität: Altersheterogenität als ein Merkmal hochschulischer Diversität wird in der Hochschulforschung und -entwicklung kaum diskutiert, mit Ausnahme des Diskurses über Senior*innenstudien. (Возрастное разнообразие как критерий реализации политики разнообразия в высшей школе едва ли обсуждается в университетских исследованиях и разработках, за исключением внедрения учебных курсов для пожилых людей) [5, с.201].

Genderdiversität: Steigerung der Diversität durch geschlechterintegratives Re-Branding der Studiengänge Wirtschaftsinformatik ist ein gutes Beispiel, wie es durch Veränderung von Kommunikation gelingen kann, mehr weibliche Studierende anzusprechen. (Расширение многообразия путем обеспечения учета гендерной проблематики в программах экономической информатики является хорошим примером того, как путем изменения форм коммуникации можно добиться успеха в привлечении большего числа студентов-женщин) [5, с.14].

Ethno- und Kulturdiversität: Im darauffolgenden Diskurs um Diversität und Flucht beschäftigten sich die Universitäten erstmals mit den Weiterbildungsbedürfnissen von Menschen mit Fluchterfahrung und entwickelten neue Programme. (В последующем обсуждении разнообразия и миграции университеты впервые рассмотрели потребности в непрерывном образовании мигрантов и разработали новые программы) [5, с.198].

Religionsdiversität: Religiöse Diversität findet sich, wenn überhaupt, eher im Zusammenhang mit negativen Assoziationen wie Herausforderungen, religiösem Extremismus oder (Anti-)Rassismus. (Религиозное разнообразие, если такое существует, скорее связано с негативными ассоциациями, такими как вызовы, религиозный экстремизм или (анти-)расизм) [5, с.271].

Behinderungsdiversität: Hierbei geht es um ein weites begriffliches Verständnis von Diversität und auch von Inklusion, das sich nicht nur auf Menschen mit Beeinträchtigungen bezieht, sondern jede mögliche Art von (relevanter) Unterschiedlichkeit in den Blick nimmt. (Речь идет о широком концептуальном понимании разнообразия, а также об инклюзии, которая относится не только к людям с ограниченными возможностями здоровья, но и рассматривает любые возможные (релевантные) различия) [6, с.21].

С другой стороны, в основу построения структурной модели концепта «**Diversität**» может быть положен его «идейный», «интерпретационный» потенциал. Вторую созданную по этому принципу модель назовем структурной моделью концепта «Diversität» по рематической наполненности. Таким образом, по своей интерпретационной составляющей концепт «Diversität» демонстрирует следующие структурные конститuenty:

- различие и своеобразие,
- открытость,
- креативность и инновации,
- плюрализм и гетерогенность

Различие и своеобразие: Außerdem sind kooperative Lernräume zu schaffen, in denen Studierende die Unterschiedlichkeit der Gruppe auf lernförderliche Weise nutzen und das gemeinsame Lernen als eine soziale Aktivität praktizieren. (Кроме того, необходимо создать

совместные учебные пространства, в которых учащиеся будут использовать «разнообразия», имеющиеся в учебной группе, в выборе способов обучения, и практиковать совместное обучение как социальную деятельность) [5, с.68].

Die „LEGO-Übung“ berücksichtigt unterschiedliche Lern-Geschwindigkeiten ansatzweise, indem hier Studierende ohne körperliche Einschränkungen sehbehinderte Studierende unterstützen. So wird auch ein soziales Lernen adressiert, das potenziell die Unterschiedlichkeit produktiv aufgreift. (Упражнение «LEGO» учитывает различные скорости обучения, студенты без ограничений возможностей здоровья поддерживают слабовидящих студентов. Таким образом, также рассматривается социальное обучение, которое может продуктивно использовать «разнообразие») [5, с.71].

Открытость: Diversität an Hochschulen bedeutet aber auch Offenheit, Heterogenität und Perspektivenvielfalt in der Lehre (z. B. der Lehrinhalte, Lehr- und Lernmethoden). (Однако разнообразие в высших учебных заведениях также означает открытость, неоднородность и разнообразие перспектив в преподавании (например, содержание образования, методы преподавания и учения)) [5, с.44].

In der Diskussion um Indikatoren für Studienerfolg und eine zunehmende Heterogenität und Öffnung der Hochschule für neue Zielgruppen sind Diversitätsfragen im Hochschulkontext zu einem wichtigen Thema in der Hochschulforschung und ihren Einrichtungen geworden. (Обсуждая показатели успешности обучения и растущей неоднородности и открытости вуза для новых целевых групп, вопросы разнообразия в университетском контексте стали важной темой академических исследований) [6, с.101].

Креативность и инновации: Darüber hinaus lässt sich in der Teamarbeit die kulturelle, soziale und bildungsbiografische Vielfalt nutzen, um das kreative Potenzial von Diversität erfahrbar zu machen und gleichzeitig den Aufbau interkultureller (Team-)Kompetenz zu fördern. (Кроме того, в командной работе можно использовать культурное, социальное, образовательное и биографическое разнообразие, чтобы сделать творческий потенциал «разнообразия» осязаемым и одновременно способствовать формированию коллективной межкультурной компетентности) [6, с.179].

Sie sind nun gefordert, die Studierenden in ihren vielfältigen Lernprozessen zu beraten und zu begleiten, unterschiedliche Lernzugänge zu eröffnen und darüber hinaus Lehr- und Lernszenarien zu gestalten, in denen die studentische Vielfalt kreatives Potenzial entfalten kann. (От них (преподавателей) требуется консультировать и сопровождать студентов в их разнообразных образовательных треках открывать различные возможности для обучения и, кроме того, разрабатывать сценарии преподавания и обучения, в которых разнообразие учащихся может раскрыть творческий потенциал) [6, с.179].

Плюрализм и гетерогенность: Es geht aber auch um Meinungsvielfalt, einen pluralistischen Wertekanon und unterschiedliche Wissensstrukturen in einer global vernetzten Wissensgesellschaft, die von internationaler Zusammenarbeit und interkulturellen Begegnungen geprägt ist (kognitive Diversität). (Однако речь идет также о многообразии мнений, плюралистическом каноне ценностей и различных структурах знаний в глобально взаимосвязанном обществе знаний, которое характеризуется международным сотрудничеством и межкультурными отношениями (когнитивное разнообразие)) [5, 265].

„Didaktische Vielfalt ist gefragt, um der Diversität der Lernenden gerecht zu werden“.
(«Дидактическое многообразие необходимо для удовлетворения потребностей разнообразного состава обучающихся») [5, с.321].

В заключении нельзя не выделить две основные линии концептуальной метафорической интерпретации концепта «Diversität»: многообразие как шанс, многообразие как угроза.

Многообразие как шанс: Vielmehr soll nun die Diversität der Forschenden und Studierenden für die Entwicklung innovativer Lösungen wissenschaftlicher und/oder anstehender gesellschaftlicher Herausforderungen genutzt werden. (Вместо этого необходимо использовать многообразие исследователей и студентов для разработки инновационных решений научных и/или нерешенных социальных проблем) [5, с.219].

Многообразие как угроза: So wird Diversität gemeinhin als mögliche Ressource wie auch als potenzielle Bedrohung gesehen. (Термин «разнообразие», освещенный в этой теме, указывает на различие людей в конкретном контексте высшей школы. Таким образом, разнообразие обычно рассматривается как возможный ресурс, а также как потенциальная угроза) [5, с.378].

В поле современного менеджмента образования закреплена и постоянно развивается концепция восприятия понимания менеджмента многообразия как одного из ключевых элементов развития системы высшего образования, что однозначно отражено в образовательном дискурсе на лингвистическом уровне.

Дальнейшее направление исследования включает в себя глубокий и точный анализ степени представленности элементов концепта внутри каждой структурной модели, выявление корреляционных связей между этими конститuentами.

Литература

1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке: пер. с англ. / П. Друкер. М.: Вильямс, 2002. – 272 с.

2. Дьюи Дж. Демократия и образование: пер. с англ. / Дж. Дьюи. М.: Педагогика-пресс, 2000. – 384 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. Менеджмент многообразия в гетерогенных организациях: учебное пособие / М.Н. Певзнер, П.А. Петряков, В.В. Стадник, У. Альгермиссен. – Хмельницкий: ФОП А.С. Гонта, 2016. – 354 с.
5. Diversität an Hochschulen – Chancen und Herausforderungen auf dem Weg zu exzellenten und inklusiven Hochschulen. In: zfhe, Bd. 15, Nr. 3. Demand GmbH, Norderstedt 2020. S. 440.
6. Diversität lernen und lehren – ein Hochschulbuch. Opladen, Berlin, Toronto: Verlag Barbara Budrich 2018. S. 411.
7. Duden. Deutsches Universalwörterbuch [Электронный ресурс] URL: <https://www.duden.de/woerterbuch> (дата обращения: 08.07.2022)

ОБЪЕКТИВНОСТЬ ТРЕБОВАНИЙ ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫХ К СПЕЦИАЛИСТУ - ПОЛИГРАФОЛОГУ ПРИ ТРУДОУСТРОЙСТВЕ

Аннотация. В данной статье проводится анализ требований, предъявляемых к полиграфологу работодателями. Изучается вопрос объективности данных требований и их влияние на успешность работы специалиста-полиграфолога.

Annotation. This article analyzes the requirements for a polygraph examiner by employers. The question of the objectivity of these requirements and their impact on the success of the work of a polygraph examiner is being studied.

Ключевые слова: Полиграф, детектор лжи, полиграфолог, специальные психофизиологические исследования с применением полиграфа, деятельность полиграфолога, работа полиграфологом, требования к полиграфологу.

Keywords: Polygraph, lie detector, polygraph examiner, special psychophysiological studies using a polygraph, polygraph examiner's activity, work as a polygraph examiner, requirements for a polygraph examiner.

Недавно появилась совершенно новая профессия – полиграфолог. Специальность называется «Специальные психофизиологические исследования с применением полиграфа». На специалистов - полиграфологов существует постоянный спрос, что подтверждает наличие вакансий на сайтах компаний.

Каждая организация предъявляет свои индивидуальные требования к специалистам. Однако если разобраться в данном вопросе, то результат от специалиста требуется один. Специалист в должен определить наличие/отсутствие выраженных и устойчивых реакций вегетативной нервной системы на стимул, который запечатлён в памяти субъекта, и к которому приковано внимание обследуемого.

Если таковые реакции вегетативной нервной системы имеются, то определить причину их возникновения. Исключить ассоциативные факторы возникновения данных реакций.

В настоящее время проводится много исследований профессиональной успешности специалистов различных направлений, но критерии успешности специалиста-полиграфолога ещё не определены.

Климов Е.А. описывает успешность как характеристику профессиональной деятельности человека, включающую внешнюю оценку результата, достигнутого в ходе

профессиональной деятельности, и оценку удовлетворённости специалиста профессиональной деятельностью. И далее, «по имеющимся наблюдениям на практике часто пренебрегают внутренней оценкой успешности. А от неё может зависеть многое, вплоть до принятия человеком решения о перемене работы, или смене профессии».

Толочек В.А. считает, что профессиональная успешность является интегральным феноменом, оценка которого должна производиться: 1. По прямым показателям эффективности (качество и производительность, отражённые в документах); 2. С учётом административных актов, фиксирующих дисциплинарные взыскания, продвижения по службе; 3. По экспертной оценке успешности деятельности работника (руководители, коллеги, клиенты); 4. По оценкам эффективности, даваемым самими субъектами труда.

У М.А. Дмитриевой для оценки профессиональной деятельности понятие «профессиональная успешность» включает производительность труда, качество продукции, надёжность (безошибочность) действий. Наряду с указанными показателями успешности, как подчёркивает исследователь, «следует учитывать и нервно-психические затраты, необходимые для достижения цели, а также степень удовлетворённости работника своим трудом».

Арендачук И.В. описывает профессиональную успешность, как «критерий удовлетворённости личности профессиональной самореализацией на основе результативности личностных и профессиональных достижений на пути к профессионализму и их признание в профессионально значимой для субъекта среде».

По мнению О.Н. Родиной, общая оценка успешности профессиональной деятельности должна включать как внешний критерий, так и внутренний. Внешняя оценка профессиональной успешности должна опираться на три характеристики профессиональной деятельности: 1. Результативность деятельности; 2. Эффективность взаимодействия работающего с коллегами по работе; 3. Инициативность в профессиональной деятельности.

Возникает вопрос по каким критериям можно признать, что полиграфолог является профессионально успешным. В данной ситуации происходит совмещение внутренней и внешней успешности. Т.е. если специалист не будет давать высокой достоверности, то он сам не сможет работать в сфере специальных психофизиологических исследований с применением полиграфа. С другой стороны, если специалист не будет давать высокой достоверности, то руководство будет предпринимать меры к увольнению данного специалиста.

Исходя из вышесказанного, мы рассмотрим успешность работы специалиста, исходя из следующих условий: первый - количество проведённых исследований за время

работы. Второй - высокая степень определения достоверности проводимого исследования. Третий - положительная оценка деятельности специалиста руководством организации. Четвёртый - адаптация к высокой психологической нагрузке. При наличии этих четырёх параметров можно сделать вывод об успешности работы специалиста-полиграфолога.

До тех пор, пока специалист-полиграфолог не наработал определённое количество исследований его деятельность нельзя признать успешной. Т.к. существует вероятность его охлаждения к данной профессии.

Количество проведённых исследований напрямую связано со степенью достоверность проведённого исследования. Чем больше количество проверок провёл специалист, тем выше достоверность. Это связано непосредственно с наработанным опытом.

Временной опыт работы, выраженный в годах может недостаточно объективно отображать количество проведённых проверок. При большом временном опыте работы, допустим три года, количество проверок может быть пятьдесят. С другой стороны при небольшом опыте работы - один год количество исследований может быть около ста пятидесяти. Соответственно во втором случае специалист-полиграфолог будет более опытным, чем в первом.

В успешной работе специалиста-полиграфолога есть такие факторы как получение профильного образования - специальные психофизиологические исследования с применением полиграфа. При фактическом отсутствии такого образования успешная работа специалиста - полиграфолога невозможна.

Исходя из проведённого анализа выпускников - полиграфологов можно сделать вывод, что в течение двадцати первых проверок специалист учится надевать датчики, настраивать аппаратуру, наблюдать за полиграммой. Никакого результата вынести практически не может, т.к. у него полностью отсутствует опыт.

От двадцати до пятидесяти исследований, специалист пытается выносить заключения, но эти заключения в пятидесяти процентах случаев не соответствуют действительности. Т.е. степень достоверности - пятьдесят процентов - очень низкая.

После пятидесяти исследований степень достоверности начинает расти пропорционально количеству проведённых исследований. Как правило, достоверность исследования становится 95-99% после двухсот исследований.

Если к двухсот исследованиям специалист-полиграфолог смог адаптироваться к высокой психологической нагрузке, то можно судить о внутренней успешности специалиста. Если же к двухсот исследованиям специалист не смог адаптироваться, то как правило происходит увольнение или смена профиля работы.

Цель данной статьи обработать требования к данной специальности, которые предъявляют работодатели и проверить, являются ли эти требования признаками успешной работы. Выборку будем производить из общедоступных источников, таких как ресурсы по поиску работы.

Возьмём вакансии, размещённые в открытом доступе на 28 марта 2022 года.

http://employment.services.ru/vacancy/?action=read1&id=13571199&utm_campaign=google_jobs_apply&utm_source=google_jobs_apply&utm_medium=organic

Обязательное требование работодателя к опыту работы искомого сотрудника: 3–6 лет.

Работодатель компании (фирма, организация) "ООО РН-Востокнефтепродукт" может предложить примерно следующую оплату труда: от 55000 руб. на вакантной должности "Главный специалист (полиграфолог)".

В обязанности работника на вакантном месте "Главный специалист (полиграфолог)" входит следующее:

- Проведение специализированного психофизиологического исследования с использованием полиграфа.

- Проведение СПФИ с использованием полиграфа кандидатов при приеме на работу.
- Психологическая диагностика отдельных категорий персонала;
- Периодические проверки работающего персонала.
- Участие в проведении внутренних расследований, служебных проверок.
- Ведение учетно-отчетной документации.
- Подготовка заключений по результатам проведённых проверок.
- Консультирование по вопросам проведения исследований.
- Подготовка отчётности в рамках существующих в Обществе процедур и бизнес процессов.

Требования к работнику:

Образование: высшее (психологическое, медицинское, юридическое). Наличие специальной подготовки (специалист-полиграфолог) в соответствии с государственным стандартом на базе сертифицированных учебных центров, подтверждённой свидетельством/дипломом государственного образца.

Стаж работы: не менее 3-х лет на аналогичной должности.

Умение работы с ПК и его периферийными устройствами (на уровне уверенного пользователя).

Желаемые личностные характеристики:

- Умение наблюдать и анализировать, усидчивость, внимательность, ответственность, беспристрастность, коммуникабельность, уверенность в себе.
- Приветствуется опыт работы на аналогичной должности в крупных компаниях, а также опыт работы в силовых структурах РФ.

https://hh.ru/vacancy/53312612?from=vacancy_search_catalog&hhtmFrom=vacancy_search_catalog&query=%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3

Требуемый опыт работы: 3–6 лет

Управляющая компания Crocus Group приглашает на работу полиграфолога

Обязанности:

- проведение специальных психофизиологических проверок с использованием полиграфа: принимаемого персонала разного уровня; сотрудников, допускаемых к сведениям, составляющим коммерческую тайну и конфиденциальную информацию; сотрудников при проведении служебных проверок и расследований;
- изучение современных средств и методов проведения полиграфологических исследований для возможного применения;
- проведение плановых проверок работающего персонала;
- формирование заключений по результатам проверок;
- ведение учетно-отчетной документации.

Требования:

- высшее образование;
- дополнительное образование по направлению, связанному с применением полиграфа;
- наличие практических навыков проведения ПФИ;
- наличие собственного полиграфа;
- уверенный пользователь ПК.

Условия:

- работа в одной из ведущих и крупнейших девелоперских компаний;
- оформление по ТК РФ;
- график работы: 5/2 с 10:00 до 19:00;

- заработная плата по результатам собеседования;

-

https://hh.ru/vacancy/53697783?from=vacancy_search_catalog&hhtmFrom=vacancy_search_catalog&query=%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3

ГУП МОСГОТРАНС

Требуемый опыт работы: 3–6 лет

Полная занятость, полный день

Обязанности

- Проведение психофизиологических исследований с применением полиграфа (ПФИ)
- Консультирование работников по вопросам проведения ПФИ
- Осуществление взаимодействия с правоохранительными органами по вопросам, входящим в компетенцию отдела
- Определение совместно с инициатором ПФИ вопросов, необходимых для проверки информации об обследуемом (опрашиваемом) и оценки соответствия заявленным требованиям
- Получение дополнительных материалов и информации, необходимых для подготовки проведения ПФИ в отношении обследуемого
- Ознакомление обследуемого с порядком проведения ПФИ
- Проведение предтестовой беседы с обследуемым
- Осуществление организационно-технического сопровождения процедуры проведения ПФИ
- Составление индивидуальной программы исследования (обследования)
- Ознакомление обследуемого лица с вопросами, которые будут ему заданы в ходе тестирования на полиграфе
- Приостановление проведения ПФИ в необходимых случаях
- Оценивание результата конкретного вопроса с применением полиграфа
- Предоставление инициатору опроса результата ПФИ в установленном порядке
- Разъяснение технологии и организации проведения ПФИ по требованию инициатора опроса (обследования)
- Подготовка письменного заключения по результатам проведения ПФИ в установленный срок
- Составление проектов писем, отчетов, заключений и другой отчетной документации

Требования

- Высшее образование (психолог, социолог или юрист)

- Наличие свидетельства об окончании курсов полиграфологов
- Опыт работы в аналогичной должности не менее 3 лет
- Уверенный пользователь ПК, MS Office
- Знание МосЭДО как преимущество

https://hh.ru/vacancy/52589388?from=vacancy_search_catalog&hhtmFrom=vacancy_search_catalog&query=%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3

Группа компаний **Mercury**

Требуемый опыт работы: 3–6 лет

Полная занятость, полный день

Обязанности:

- проведение опросов с использованием полиграфа (кадровой скрининг, служебные расследования), психодиагностика.

Требования:

- наличие высшего психологического, юридического образования и подготовки специалистов-полиграфологов,
- опыт работы при проведении кадровых проверок, служебных расследований.
- готовность к командировкам

Обобщим всю информацию.

Требования:

	ООО РН-Востокнефтепродукт	ГУП Мосгортранс	Mercury	Crocus Group
Степень образования:	Высшее профессиональное, дополнительное образование, связанное с полиграфом			

Специальность:	Психология, Медицина, Юриспруденция	Психология, Социология, Юриспруденция	Психология, Юриспруденция	Без требований
Опыт работы:	3-6 лет	3-6 лет	3-6 лет	3-6 лет
Индивидуальные требования:	Наличие собственного полиграфа	Без требований	Без требований	Наличие собственного полиграфа,
Обязанности:	Кадровый скрининг, служебные расследования, психодиагностика, консультирование по результатам исследования	Проведение специальных психофизиологических исследований с применением полиграфа, взаимодействие с правоохранительными органами	Кадровый скрининг, служебные расследования, психодиагностика	Кадровый скрининг, служебные расследования, психодиагностика
Личные качества:	Наблюдение, анализ, усидчивость, внимательность, ответственность, беспристрастность, коммуникабельность, уверенность в себе	Не указаны	Не указаны	Не указаны

Исходя из данных требований к кандидатуре полиграфолога можно сделать выводы, что работодатели ставят определённые требования к специалисту, но здесь возникает вопрос, действительно ли эти требования объективны.

Исходя из анализа образовательного процесса выявляются слабые и сильные стороны первичного образования полиграфолога. Как правило в профессию полиграфолога приходят специалисты уже с определённым опытом работы. И данный опыт естественно накладывается на человека, именно опыт работы по специальности, а не образование. Как правило опыт работы и образование совпадают, а иногда не совпадают.

Психолог во время исследования начинает оказывать консультационные услуги, входить в положение обследуемого, что чревато последствием ошибочного решения. Причастный приходит на проверку не для получения консультации, а конкретной целью обмануть полиграфолога и любыми способами постараться получить положительное заключение. У психолога нет опыта проведения расследований, но есть опыт психологического тестирования людей и прогнозирования их поведения.

Оперативный работник во время исследования включает роль «злого полицейского». У такого специалиста главная цель не определение причастности или непричастности, а выбивание показаний для того, чтобы закрыть дело. Такой подход также приводит к ошибке. Однако наличие опыта оперативной работы положительно сказывается на обучении.

Врач, начинает лечить обследуемого, ставить ему диагнозы, главная цель врача - вылечить обследуемого, а не определить степень причастности или непричастности. Велика вероятность ошибки. У врача так же нет опыта проведения расследований. Из положительных моментов у врачей вырабатывается безразличие к чужой боли и отсутствие сострадания.

Юрист не обладает не практикой расследований, не практикой психологического тестирования. Отсутствуют навыки прогнозирования поведения людей. Хорошие навыки работы с документами и знание законодательства, но эти знания не применяются при проведении исследования.

Кадровик, менеджер по подбору персонала очень хорошо зарекомендовал себя при проведении кадрового скрининга, т.к. он проводил эту работу в принципе и без полиграфа. Не имеет практики в проведении расследований.

Исходя из анализа выпускников-полиграфологов можно сделать вывод, что к успешной работе расположены специалисты, проходившие службу в силовых структурах, оперативном составе или следователями. Это связано с наличием опыта проведения расследований, допросов, общения с людьми.

Из пятидесяти выпускников все пятьдесят были с высшим образованием. Профильное образование было совершенно разное, какая-либо закономерность из-за различий в базовой специальности не выявлена.

Вывод: требования, предъявляемые работодателями для трудоустройства и успешной работы не в полной мере соответствуют цели, на которую принимается специалист, не учитываются важные особенности, которые имеют прямое влияние на успешность работы специалиста - полиграфолога. Вероятно, это связано с корпоративной культурой организации. Базовая специальность не влияет на успешность работы полиграфолога. Влияние имеет опыт работы в определённой должности и количество проведённых исследований, однако данная информация в вакансиях отсутствует.

Список литературы:

2. Единые методические требования к порядку проведения психофизиологических исследований с применением полиграфа в МВД России. – БСТМ МВД России. 2008. кн. Сошников А.П., Комиссарова Я.В., Пеленицын А.Б., Федоренко В.Н. Полиграф в практике расследования преступлений (методические рекомендации). – М., изд. МИРЭА, 2008, 186 с.;
2. Практическое пособие «Единые требования к порядку проведения опросов и специальных психофизиологических исследований на полиграфе». - МВД РФ, Академии управления МВД РФ, БСТМ МВД России. 2011г. Состав рабочей группы по подготовке Единых требований к порядку проведения опросов и специальных психофизиологических исследований на полиграфе: Мирошников Борис Николаевич (руководитель), Алексеев Андрей Викторович, Байков Владимир Михайлович, Жбанкова Ольга Владимировна, Игнаткин Владимир Николаевич, Захарова Светлана Ивановна, Комиссарова Ярослава Владимировна, Лапшин Евгений Владимирович, Молчанов Андрей Юрьевич, Пеленицын Александр Борисович, Сошников Александр Петрович, Федоренко Виктор Николаевич.
3. Инструментальная «детекция лжи» академический курс. – Ярославль, 2004г. кн. Оглоблин С.И., Молчанов А.Ю.464 стр.
4. Детектор лжи. – Москва 2004г. кн. Варламов В.А. 352 стр.
5. Легко солгать тяжело. – Москва 2011г. кн. Поповичев С.В. 400 стр.
6. Абульханова-Славская К.А. Психология и сознание личности: Избр. психологич. тр. – М.; Воронеж, 1999.
7. Арндачук И.В. Структурно-функциональная организация профессионализма личности в научно-педагогической деятельности. Дисс. ... канд. психол. наук. – Ярославль, 2008.
8. Дружилов С.А. Становление профессионализма человека как реализация индивидуального ресурса профессионального развития. – Новокузнецк, 2002.
9. Климов А.Е. Пути в профессионализм. – М., 2003.
10. Родина О.Н. О понятии «успешность трудовой деятельности» // Вестник МГУ. Серия 14. Психология. – 1996. – № 3.

11. Толочек В.А. Современная психология труда. – СПб., 2005.

*Фадеев А.С., МСМК
по гиревому спорту
доцент ФГБОУ ВО
«Михайловская ВАА»
(Россия, г. Санкт-Петербург)
Воркожиков И.И., преподаватель ФГБОУ ВО
«Михайловская ВАА»
(Россия, г. Санкт-Петербург)*

НЕОБХОДИМЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ГОТОВНОСТИ СПОРТСМЕНА-ГИРЕВИКА ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ УПРАЖНЕНИЯ «ТОЛЧОК ГИРЬ ПО ДЛИННОМУ ЦИКЛУ»

Введение. На сегодняшний день проведено множество научных исследований в области спорта, создана масштабная научная база, обеспечивающая спорт высших достижений знаниями, необходимыми для формирования все более эффективных методик проведения тренировок и подготовки к соревнованиям. Сегодня нет ни одной спортивной дисциплины, которая не стала бы предметом научных исследований [1].

Это же касается и такого вида спорта как гиревой спорт. За последнее время гиревой спорт в мире достиг значимых высот, а вместе с тем и уровень профессионализма спортсменов-гиревиков. Отметим что гиревой спорт- не Олимпийский вид спорта. Проведено немалое число исследований в области развития физических возможностей спортсменов-гиревиков. Большая их часть уделена технической подготовке, когда другие физические характеристики остались обделены вниманием [2]. В исследовании мы обратим внимание на вспомогательные упражнения, определяющие техническую основу у спортсменов-гиревиков при выполнении классического упражнения из гиревого спорта «Толчок гирь по длинному циклу», и опираясь на исследования таких ученых-методистов в области физической культуры и спорта как В.П. Симень, и др., постараемся обосновать необходимость внедрения в тренировочный процесс вспомогательных упражнений [3].

Цель исследования – выявление вспомогательных упражнений, внедрение их в тренировочный процесс.

Основная часть. В настоящее время в тренировочном процессе спортсменов-гиревиков вспомогательным упражнениям уделяется большое внимание.

В ходе анализа научно-методической литературы отечественных авторов и при опросе респондентов, в роли которых выступали тренеры по гиревому спорту было

выявлено, что спортсменам-гиревикам необходимо внедрять в тренировочный процесс вспомогательные упражнения.

Упражнения для подъема гирь на грудь при выполнении упражнения «Толчок гирь по длинному циклу»:

1. Подъем штанги на грудь с неглубоким подседом на месте. Это весьма ценное упражнение. Оно в связи с несложностью подседа позволяет сосредоточить внимание только на мышечном усилии, направленном на подъем штанги вверх. Кроме того, применение небольшого подседа требует приложения максимального и короткого усилия перед подседом, что соответствует характеру подъема штанги на грудь для толчка с глубоким подседом. Это упражнение способствует не только развитию силовых качеств, но и совершенствованию техники заброса гирь на грудь для толчка по длинному циклу [4].

Как показывает опыт ведущих спортсменов, с увеличением результата в этом движении увеличивается результат и в забросе гирь на грудь [5]. Если выполнять это упражнение, применяя более широкий хват, то оно будет иметь большое вспомогательное значение и для рывка двумя руками;

2. Тяга двумя руками. Исходное положение такое же, как при подъеме штанги на грудь [6]. Упражнение заключается в выпрямлении туловища со штангой. Упражнение может выполняться медленно и быстро, с включением и без включения рук в работу [7].

Тяга в медленном темпе прямыми руками не тождественна с характером движения при подъеме штанги на грудь с подседом, она разрешает узкую задачу - развить отдельные группы мышц, главным образом разгибатели тазобедренного и коленного суставов и мышцы плечевого пояса (широчайшие мышцы спины и мышцы, поднимающие лопатки) [13,14].

Тяга в быстром темпе полностью соответствует структуре движения при подъеме забросе гирь на грудь для толчка по длинному циклу;

3. Подъем штанги на грудь с вися силой рук. Исходное положение: стоя ноги вместе или врозь, держать штангу в выпрямленных вниз руках (хват толчковый). Исполнение: силой одних рук, сгибая их в локтях, поднять штангу на грудь без какого-либо добавочного усилия туловища и ног [8].

Упражнение развивает силу мышц рук, имеющую большое значение для заброса гирь на 8-9 минутах выполнения упражнения.

Упражнения для толчка гирь от груди при выполнении упражнения «Толчок гирь по длинному циклу»:

1. Толчок штанги с груди. Это упражнение, как вспомогательное, выполняется с неглубоким подседом на месте;

2. Полутолчок. Это упражнение, названное так для краткости, представляет собой пружинящие полуприседания со штангой на груди, выполняемые со значительным весом, даже превышающим максимальный результат в толчке с груди [9]. Оно способствует развитию большой силы разгибателей ног, а также мышц, удерживающих штангу на груди, что имеет немаловажное значение для толчка. Упражнение можно выполнять, отделяя и не отделяя штангу от груди [10].

Выводы. Нами были выявлены и рассмотрены вспомогательные упражнения, необходимые для корректировки технической готовности спортсменов-гиревиков, а также для развития силы [11,12]. Результаты исследований ряда авторов подтверждают высокую эффективность внедрения вспомогательных упражнений. Установлено, что внедрение вспомогательных упражнений способствует поднять уровень технической готовности спортсменов-гиревиков, а также развить силу [15].

Список литературы:

1. Пронин, Е. А. Структура педагогической модели развития силовой выносливости у спортсменов по гиревому спорту с учетом соматотипа / Е. А. Пронин // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2022. – № 1(203). – С. 331-335. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2022.1.p331-335. – EDN DAUCGD.

2. Пронин, Е. А. Педагогическая модель развития силовой выносливости у спортсменов по гиревому спорту с учетом соматотипа / Е. А. Пронин // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2022. – № 2(204). – С. 344-346. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2022.2.p344-346. – EDN ZOFUTW.

3. Анализ техники классических упражнений в тяжёлой атлетике в зависимости от способа хвата штанги / Е. А. Пронин, М. П. Анисимов, И. А. Давиденко, А. С. Фадеев // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2022. – № 6(208). – С. 312-315. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2022.6.p312-315. – EDN FWNQUZ.

4. Структура педагогической модели развития силовой выносливости у спортсменов по гиревому спорту с учётом соматотипа / Е. А. Пронин, И. А. Суслина, И. В. Мальцева, А. В. Зюкин // Культура физическая и здоровье. – 2022. – № 1(81). – С. 245-251. – DOI 10.47438/1999-3455_2022_1_245. – EDN QSFQTQ.

5. Пронин, Е. А. Индивидуализация тренировочного процесса для развития силовой выносливости у спортсменов-гиревиков с учётом их соматотипа / Е. А. Пронин // Культура физическая и здоровье. – 2022. – № 2(82). – С. 231-235. – DOI 10.47438/1999-3455_2022_2_231. – EDN QCBGAP.

6. Пронин, Е. А. Анализ содержания силовой подготовки спортсменов по гиревому спорту / Е. А. Пронин // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы

физической культуры и спорта. – 2022. – Т. 17. – № 2. – С. 26-30. – DOI 10.14526/2070-4798-2022-17-2-26-30. – EDN ELVKWC.

7. Основы техники заброса гири на грудь для толчка по длинному циклу с различным хватом дужки гири / Е. А. Пронин, А. С. Фадеев, И. И. Воркожоков, В. М. Петров // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. – 2022. – Т. 17. – № 2. – С. 54-58. – DOI 10.14526/2070-4798-2022-17-2-54-58. – EDN СТВИЛУ.

8. Педагогические условия необходимые для развития силовой выносливости у спортсменов по гиревому спорту с учетом соматотипа / Е. А. Пронин, Е. В. Мельников, А. В. Сорокин [и др.] // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2021. – № 11(201). – С. 357-360. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2021.11.p357-360. – EDN SQJEVF.

9. Факторы, определяющие необходимость учета соматотипов при развитии силовой выносливости у спортсменов по гиревому спорту / Е. А. Пронин, И. В. Переверзева, А. В. Чернышева, А. А. Зюкин // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2021. – № 9(199). – С. 228-231. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2021.9.p228-232. – EDN QOMMDM.

10. Пронин, Е. А. К вопросу об индивидуальном подходе в подготовке спортсменов по гиревому спорту на основе учета соматотипа / Е. А. Пронин // Физическое воспитание и спорт в системе образования: современное состояние и перспективы: Материалы III Международной научно-практической конференции, Омск, 28–29 апреля 2022 года. – Омск: Омский государственный технический университет, 2022. – С. 134-136. – EDN EOИHXR.

11. Пронин, Е. А. Особенности применения индивидуально-типологического подхода в тренировочном процессе спортсменов-гиревиков с учетом соматотипа / Е. А. Пронин // Актуальные проблемы развития физической культуры, спорта и туризма в современных условиях: сборник научных статей 7-й Международной молодежной научно-практической конференции, Курск, 15 апреля 2022 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 171-174. – EDN QHVNTH.

12. Пронин, Е. А. Причины и факторы, определяющие необходимость учета соматотипов при развитии силовой выносливости у спортсменов по гиревому спорту / Е. А. Пронин // Основные направления развития физической культуры и спорта: Сборник статей Межвузовской научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 26 апреля 2022 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет Государственной противопожарной службы Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий, 2022. – С. 300-305. – EDN JVIZMW.

13. Пронин, Е. А. Ранговая структура педагогических условий, необходимых для развития силовой выносливости у спортсменов по гиревому спорту с учетом соматотипа / Е. А. Пронин // Основные направления развития физической культуры и спорта: Сборник статей Межвузовской научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 26 апреля 2022 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет Государственной противопожарной службы Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий, 2022. – С. 305-310. – EDN LHNBFK.
14. Пронин, Е. А. Применение тренировок с использованием модельных характеристик соматотипа спортсмена - гиревика / Е. А. Пронин, А. Э. Болотин // Актуальные вопросы совершенствования физической культуры и спорта: Статьи Межвузовской научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 07–08 декабря 2021 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет Государственной противопожарной службы Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий, 2021. – С. 144-149. – EDN DDHSGX.
15. Особенности развития скоростной выносливости спортсменов гиревого спорта / Е. А. Пронин, М. В. Габов, А. А. Зюкин, Н. В. Гришаев // Физическая культура и спорт в образовательном пространстве: инновации и перспективы развития: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, в 2 т., Санкт-Петербург, 28 апреля 2021 года. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2021. – С. 185-188. – EDN NDPUEZ.

*Непорожнев Александр Сергеевич,
кандидат технических наук, доцент, Черноморское высшее военно-морское училище
им. П.С. Нахимова,
Россия, г. Севастополь,
Непорожнева Анна Ивановна, преподаватель высшей категории, Севастопольский
промышленно-технологический колледж
имени маршала инженерных войск А.В. Геловани, Россия, г. Севастополь*

СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ КАК ФАКТОР ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖИ

Аннотация. В статье анализируется социальная активность как фактор личностного развития молодёжи. Рассматриваются понятие, специфика и возможности социальной активности для развития человеческого потенциала. Выявляются психологические черты молодёжи, для которой развитие социальной активности имеет наибольшее значение. Приводятся признаки социальной активности и личностные черты, на развитие которых она влияет. Отмечается значимость индивидуально-типологического подхода к формированию социальной активности.

Annotation. The article analyzes social activity as a factor in the personal development of young people. The concept, specifics and possibilities of social activity for the development of human potential are considered. The psychological traits of young people are revealed, for which the development of social activity is of the greatest importance. The signs of social activity and personality traits, the development of which it affects, are given. The importance of the individual-typological approach to the formation of social activity is noted.

Ключевые слова: социальная активность, личностное развитие, поведение, деятельность, молодёжь.

Key words: social activity, personal development, behavior, activity, youth.

Социальная активность личности представляет собой частный случай инициативного воздействия на окружающую социальную среду, оказывающий влияние не только на поведение субъекта, включающее взаимодействия и коммуникацию, но и на цели его поведения [1]. Поведение социально активной личности отличается инициативностью и способностью к преобразованию как социальной реальности, так и самой личности, что обуславливает появление новых качеств среды и личности. Социальная активность молодёжи выступает естественной формой её самореализации и самовыражения, становясь основанием социального самоопределения.

С развитием системы высшего образования необходимыми условиями социальных благополучия и успешности, профессиональных и духовно-нравственных свершений

человека становятся личностная компетентность, готовность к целенаправленному самоизменению и нацеленность на саморазвитие [2]. Личностное саморазвитие находится в числе приоритетов профессиональной подготовки и проявляется как качественное, сознательное и целенаправленное изменение личностной сферы студента. Оно становится обязательным условием формирования субъектности, саморазвития и актуализации творческого потенциала молодых людей. Высокая значимость личностного развития молодёжи, являющегося одним из условий прогрессивного развития общества, обуславливает актуальность его исследования во взаимосвязи с социальной активностью.

Целью работы является изучение социальной активности как фактора личностного развития молодёжи. Для её достижения были использованы методы анализа и синтеза научных публикаций и литературных источников по рассматриваемой теме.

Социальная активность личности представляет собой её деятельное отношение к миру, способность осуществлять общественно значимые преобразования духовной и материальной среды при освоении накопленного общественно-исторического опыта человечества [3]. Она проявляется в творческой деятельности, общении и волевых актах и развивается из субъектной активности. Увеличение социальной активности находится в непосредственной зависимости от культуры общественных отношений, которые определяют характер и общий уровень развития общественных начал в человеке. На каждом из возрастных этапов социальная активность возрастает в соответствии с приобретаемым опытом и объёмом социальных обязанностей.

Социальная активность выступает побудителем к деятельности и характеризуется действиями [4]. Она имеет неодинаковое проявление в различных видах деятельности, поскольку обусловлена особыми социальными потребностями. Ключевым фактором социальной активности является не выполнение общественно значимых действий, а их восприятие. У социально активного человека существует готовность к общественной деятельности, которая имеет для него значение, и намерение участвовать в общественной жизни.

Социальная активность является одним из инструментов развития человеческого потенциала, являющегося важнейшим условием эффективного развития общества, определяющим фактором существования которого выступает акцент на молодёжь, активизацию её возможностей и потенциала [5]. Необходимым условием совершенствования общества является формирование резерва молодых лидеров, способных принять на себя ответственность за поддержание стабильности и решение общих проблем. Данный пласт молодых людей должен быть способен легко

адаптироваться к любой новой социальной ситуации, быть эффективным в различных областях и обладать высоким уровнем критического мышления.

Формирование данных качеств эффективнее всего в старшем школьном и студенческом возрасте, являющемся крайне значимым для становления личности [6]. В возрасте 16-23 лет у молодых людей ярко проявляются самостоятельность, самосознание и ответственность за сделанный выбор, происходят самоопределение, самостоятельная оценка ожиданий и реальности и осознание противоречий в жизни. Для молодёжи характерно стремление к социально-психологической независимости. В этот период проявляются культура и ценности, которые были сформированы ранее, демонстрируется готовность личности к конструктивному общению, жизни в обществе и ответственности за делаемый выбор и поступки.

Отношение молодого человека к различным проявлениям окружающего мира отражает его жизненная позиция, реализуемая как в разнообразных формах активности, так и путём демонстрации пассивного поведения [7]. Активность является способом жизнедеятельности молодёжи в окружающем социальном пространстве, атрибутивными признаками которого выступают:

- отсутствие безразличия к жизненно важным воздействиям внешней среды;
- наличие совокупности свойств, которые обеспечивают самодвижение и проявляются в самоопределяемости, самодетерминации, способности к самоорганизации и саморегуляции, саморазвитию и самовоспроизведению;
- адекватный выбор способов действия в изменчивых условиях;
- воздействия на внешнюю среду, сопряжённые с преодолением различных разрушающих сил.

Социальная активность является внешним проявлением определённых личностных потребностей, нацеленных на общественное развитие [8]. Специфика данных потребностей заключается в том, что после единичного удовлетворения одной потребности следует порождение следующей, обычно являющейся более глубокой. Данные потребности выступают перманентно действующим источником социальной активности человека.

Увеличение социальной активности оказывает непосредственное воздействие на личностное развитие молодого человека, поскольку, хотя она и направлена на решение социально значимых проблем, фактором её движения выступают потребности личности, сопряжённые с самостоятельностью. Подлинная социальная активность всегда является внутренней, глубоко личностной деятельностью человека. Она приводит к формированию таких качеств молодых людей, как коммуникабельность, креативность, мобильность,

готовность к сотрудничеству, сознательное поведение, уверенность в себе, исполнительность, инициативность, требовательность к себе, социальная ответственность и смелость, целеустремлённость, гибкость поведения, лидерские качества, толерантность и эмпатийность [9].

Социальная активность предоставляет значительный спектр возможностей для самореализации молодёжи в любых сферах [10]. Она даёт возможность найти значимый круг общения, приобрести единомышленников, получить поддержку в дружеском взаимодействии, утвердиться в собственных глазах, получить одобрение осуществляемой деятельности со стороны окружающих и ощутить личную причастность к общественно полезному делу. Благодаря этому молодые люди могут в полной мере реализовать свой потенциал и приобрести навыки, которые будут способствовать их дальнейшей профессиональной самореализации.

В системе среднего и высшего образования накоплен значительный опыт развития социальной активности молодёжи, который обычно ориентирован на экстравертов, склонных к массовым формам проведения досуга, имеющих лидерские способности и обладающих сильной потребностью в общении [11]. В то же время существует достаточно большое количество молодых людей, у которых данные качества выражены в незначительной степени. В результате, вследствие подобных индивидуальных особенностей, существенная часть обучающихся остаётся практически не вовлечённой в социальную практику. Изменить данную ситуацию возможно посредством использования индивидуально-типологического подхода к формированию социальной активности, предполагающего наличие индивидуального маршрута, определяющегося с учётом индивидуально-личностных особенностей молодого человека и текущего уровня его социальной активности. Такой подход позволяет приобщить к социально активному образу жизни значительно больший процент молодёжи, что благоприятно сказывается на формировании человеческого потенциала государства.

Таким образом, социальная активность является значимым фактором социализации и личностного развития подрастающего поколения. Она способствует самореализации молодёжи, развитию её индивидуальных качеств, формированию профессиональных и надпрофессиональных компетенций. В процессе социальной активности у молодых людей, ориентированных как на индивидуалистские, так и на общественно значимые цели, формируются социальные и культурные ресурсы, которые в постлевузовский период могут быть конвертированы в профессиональные, что часто выступает конкурентным преимуществом при трудоустройстве.

Список литературы

1. Шамионов Р.М. Социальная активность и склонность к риску студентов с автономным и зависимым типами субъектной регуляции // Социальная психология и общество. – 2021. – Т. 12, № 1. – С. 94-112.
2. Григорьева Е.И., Гладких В.В., Панкова Е.И. Социально-культурные условия личностного саморазвития молодёжи в деятельности студенческих научных обществ // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2018. – № 4 (31). – С. 106-115.
3. Ерина И.А., Крафт Е.В. Феномен «социальная активность» с точки зрения и позиции отечественных учёных // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – № 59-1. – С. 453-457.
4. Ерина И.А., Олейников Н.Н. Феномен «социальной активности» в работах отечественных и зарубежных учёных // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – № 61-2. – С. 295-298.
5. Каратабан И.А. Социальная активность молодёжи в контексте современных модернизационных процессов // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2018. – № 2. – С. 128-134.
6. Осипчукова Е.В. Организация работы с молодёжью: введение в специальность: учеб. пособие / Е.В. Осипчукова, А.В. Пономарев; [под общ. ред. А. В. Пономарева]; М-во науки и высшего образования РФ. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. – 228 с.
7. Зубок Ю.А. Жизненные позиции молодёжи: смысловые основания формирования / Ю.А. Зубок, В.И. Чупров, А.С. Любутов, О.В. Сорокин // Вестник Института социологии. – 2021. – Т. 12, № 3. – С. 79-98.
8. Пилипенко А.Э. Социальная активность студенческой молодёжи Ростовской области: институциональные условия формирования и барьеры при конвертации в профессиональные ресурсы. дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04 / Анастасия Эдуардовна Пилипенко; Южный фед. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2022. – 222 с.
9. Заграничный А.И. Качества социально активного обучающегося // Педагогический журнал. – 2020. – Т. 10, № 5А. – С. 71-78.
10. Быстрова Н.В., Цыплакова С.А., Чумакова Л.А. Волонтерское движение как фактор развития социальной активности молодёжи // КНЖ. – 2018. – № 1 (22). – С. 73-76.

11. Зверева С.В., Трофимова С.С. Модель развития социальной активности детей и подростков в процессе деятельности клубного объединения в системе дополнительного образования. – СПб.: ГБУДО ДД(Ю)Т, 2018. – 23 с.

УДК 343.13

*Черкасов Михаил Дмитриевич,
студент 2 курса магистратуры Новосибирского
Юридического института (филиала)
Национального исследовательского Томского
Государственного университета*

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СТАДИИ ВОЗБУЖДЕНИЯ УГОЛОВНОГО ДЕЛА В РОССИЙСКОМ УГОЛОВНОМ ПРОЦЕССЕ

Аннотация. В статье рассматриваются дискуссионные вопросы выделения стадии возбуждения уголовного дела в российском уголовном процессе. В частности, приводится краткий обзор соответствующих стадий в рамках уголовного процесса зарубежных государств, указывается момент появления стадии в российском уголовном судопроизводстве. В статье анализируются доводы исследователей, полагавших, что процесс может обойтись без стадии возбуждения уголовного дела, а также тех, которые считали, что исследуемая стадия – отправная точка для всего процесса в целом. В исследовании приводятся статистические данные по количеству зарегистрированных сообщений и возбужденных уголовных дел.

S u m m a r y. The article discusses the debatable issues of highlighting the stage of initiating a criminal case in the Russian criminal process. In particular, a brief overview of the relevant stages in the framework of the criminal process of foreign states is given, the moment of the appearance of the stage in Russian criminal proceedings is indicated. The article analyzes the arguments of researchers who believed that the process could do without the stage of initiating a criminal case, as well as those who believed that the stage under study is the starting point for the entire process as a whole. The study provides statistical data on the number of registered reports and criminal cases.

Ключевые слова: уголовный процесс, уголовное судопроизводство, стадия уголовного судопроизводства, стадия возбуждения уголовного дела, процессуальная деятельность, предварительное расследование, дознание.

Keywords: criminal process, criminal proceedings, stage of criminal proceedings, stage of initiating a criminal case, procedural activity, preliminary investigation, inquiry.

В современных исследованиях не прекращаются дискуссии о роли и значении стадии возбуждения уголовного дела в уголовно-процессуальной деятельности, а также о

необходимости выделения отдельной стадии возбуждения уголовного дела. Сущность стадии возбуждения уголовного дела в обобщенном виде состоит в установлении наличия либо отсутствия материально- и процессуально-правовых условий, на основании которых возможно предварительное расследование.

Существует несколько точек зрения по поводу целесообразности выделения рассматриваемой стадии.

Согласно первой из них возбуждение уголовного дела не должно выделяться как отдельная стадия уголовного судопроизводства, поскольку она является лишь некой формальностью на пороге предварительного расследования. Сторонники данной позиции указывают на то, что дореволюционный уголовный процесс вовсе не знал такой стадии. Аналогичная ситуация и с уголовным процессуальным законодательством иностранных государств. Так, в Европейских странах и в США института стадии возбуждения уголовного дела не существует, так как вместо стадии возбуждения уголовного дела правоохранительные органы приступают к незамедлительному расследованию преступления после поступления в их адрес сообщения о преступлении.

Досудебному производству Англии и США неизвестны как требования к вынесению формального акта о возбуждении уголовного дела (производства по уголовному делу), так и определение конкретного начального момента производства, отграничивающего непроцессуальную, «полицейскую» деятельность, от процессуальной. Например, в Англии органы расследования приступают к расследованию после того как поступило сообщение о преступлении. Законодательством Англии не регламентируется деятельность уполномоченного органа по сбору материалов по поступившему сообщению о преступлении, то есть происходит сбор материалов без каких-либо запросов, в последующем, после сбора достаточной информации данные материалы сотрудники полиции передают следователю.

В странах континентальной Европы органы расследования (полиция и иные уполномоченные на производство расследования органы исполнительной власти) приступают к расследованию (в форме дознания) незамедлительно после поступления сообщения о преступлении. То есть собственно стадии проверки сообщения о преступлении, по результатам которой принималось бы специальное мотивированное процессуальное решение, уголовно-процессуальные законы западноевропейских государств не предусматривают.

Ю. В. Дерищев указывает, что «чем больше приходит понимание предложенного законодателем и накапливается практика правоприменения, тем очевиднее становится впечатление о некоторой формальности (бумажности) возбуждения уголовного дела как

отдельной стадии уголовного судопроизводства». Автор употребляет термин «реликт социалистической законности». По его мнению, досудебное производство необходимо рассматривать в виде единой фазы уголовного процесса, которая предшествует судебному разрешению уголовного дела

Мысль о выделении возбуждения уголовного дела как отдельную стадию уголовного судопроизводства появилась еще в период существования УПК РСФСР 1923 года, ранее данная стадия не выделялась. Первый раз возбуждение уголовного дела упоминалось как отдельная стадия в 1919 году в Положении от 30.09.1919 «О военных следователях».

Таким образом, существование уголовного процесса по мнению первой категории исследователей вполне возможно и без стадии возбуждения уголовного дела. В частности, Б.Я. Гаврилов выступает за упразднение данной стадии и основывается на том, что в компетентные органы поступает намного большее число сообщений о преступлении, чем потом принимается решений о возбуждении уголовного дела. Тем самым, с одной стороны, правоохранительные органы «страдают» от большой перегруженности, а граждане существенно ограничиваются в правах на правосудие.

Данная позиция представляется весьма сомнительной, поскольку если убрать стадию возбуждения уголовного дела из уголовного процесса, то у правоохранительных органов по аналогии с опытом других государств возникнет обязанность по расследованию уголовных дел, основанных на каждом сообщении о преступлении, следовательно, в разы увеличится количество уголовных дел и нагрузка на органы дознания и предварительного следствия.

Если посмотреть на вышеуказанную позицию с другой стороны, можно прийти к выводу, что ввиду необходимости установления по делу достаточности данных, указывающих на признаки преступления, многие «потенциальные» уголовные дела так и не возбуждаются, таким образом, возрастает латентная преступность и возникает вопрос о доступности правосудия для граждан.

Другой отрицательной стороной отсутствия (упразднения) стадии возбуждения уголовного дела в уголовном процессе является возможность произвола и субъективизма среди правоохранительных органов. Если нет процессуального акта о начале уголовного преследования, неясно определение и закрепления прав и обязанностей лиц, участвующих в уголовном судопроизводстве, гарантии их соблюдения. Неясно, когда лицо приобретает статус участника уголовного судопроизводства, и, соответственно, когда возникают его права и обязанности как участника производства по уголовному делу.

Можно предположить, что принятие решения о начале ведения предварительного расследования будет достаточно субъективным усмотрением должностного лица: в законе нет поводов и оснований для возбуждения уголовного дела, и установленного порядка. Вероятно, что ряд преступлений так и не будут зафиксированы и доведены до сведения органов власти, возрастет латентная преступность, что вызвано в том числе «естественным» стремлением органов снизить себе нагрузку. В то же время на данный аспект можно посмотреть и с другой стороны: наличие стадии возбуждения уголовного дела и, соответственно, весьма четкие границы «усмотрения» должностного лица или вовсе его отсутствие могут привести к увеличению уровня латентной преступности ввиду того, что множество деяний не пройдет «фильтр» достаточности оснований для возбуждения уголовного дела.

Представляется, что стадия возбуждения уголовного дела необходима российскому уголовному судопроизводству ввиду следующего. Во-первых, постановление о возбуждении уголовного дела как процессуальный акт служит неким разделом, отделяющим «допроцессуальную» и процессуальную деятельность. С момента возбуждения уголовного дела у лиц появляется статус участников уголовного судопроизводства с правами и обязанностями, определенными в законе. Данный «раздел» означает, что с определенного момента деятельность лиц, связанных с совершенным деянием, регулируется УПК РФ, и, таким образом, является процессуальной.

В качестве дополнительного довода «в пользу» стадии можно рассмотреть следующий. С формальной точки зрения стадия возбуждения уголовного дела также является своего рода «фильтром», через который проходят сообщения о преступлении на пути к статусу уголовного дела. Так, в 2013 году в России было возбуждено 1 761 545 уголовных дел и вынесено 6 703 235 постановлений об отказе в возбуждении уголовного дела. Если представить, что все сообщения о преступлении сразу перешли в этап предварительного расследования, нагрузка на органы следствия и дознания возросла бы практически в 6 раз. Несмотря на то, что приоритетом для органов должна быть защита граждан и неотвратимость наказания для лиц, совершивших преступления, благодаря стадии возбуждения уголовного дела формально снижается количество находящихся в производстве у органов осуществляющих расследование уголовных дел.

Таким образом, стадия возбуждения уголовного дела, эволюционной выделившись в уголовно-процессуальном праве и законодательстве, является хоть и достаточно краткосрочной, но значимой в уголовно-процессуальной деятельности.

Литература

1. "Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации" от 18.12.2001 N 174-ФЗ (ред. от 14.07.2022) // КонсультантПлюс : справ. правовая система. –Версия Проф. М., 2021. –Режим доступа: локальная сеть Науч. б-ки Том. гос. ун-та.
2. Гаврилов Б. Я. Современные проблемы досудебного производства и меры по их разрешению // Российский следователь. 2013. № 21. С. 5–11.
3. Деришев Ю. В. Стадия возбуждения уголовного дела – реликт «социалистической законности» // Российская юстиция. 2003. № 8. С. 34–36.
4. О.В. Корнелюк, Д.М. Вагин. Необходимость стадии возбуждения уголовного дела/ Корнелюк О.В., Вагин Д.М.//Евразийский союз ученых, 2020. С 32–34.
5. Рылков Д.В. Повод для возбуждения уголовного дела как необходимое условие начала производства по делу. / Д.В. Рылков // Российский следователь. – 2009. – № 17. – С. 6– 9.
6. Д.В. Шевель, Е.А. Алисова. Становление и развитие стадии возбуждения уголовного дела в Российском и зарубежном уголовном процессе// Политематический сетевой электронный журнал Кубанского государственного университета, 2017. С 275–287.

МОЖЕТ ЛИ ВЕБ БРАУЗЕР ЗАМЕНИТЬ ПРИЛОЖЕНИЕ НА ВАШЕМ СМАРТФОНЕ

Аннотация. Цель данной статьи ознакомиться о сравнительно молодых подходах написания приложений для смартфонов, вне зависимости на какой платформе они работают. Данная технология именуется как PWA (progressive web application) и она может работать как на смартфонах с операционной системой android, так и ios. Если одно из преимуществ очевидно, то мы также рассмотрим оставшиеся, и затронем недостатки такого подхода написания приложений для смартфона. Узнаем обязательные условия, делающие из веб сайта приложение для смартфона. Сделаем на основании всего вышеизложенного выводы.

Annotation. The purpose of this article is to learn about a relatively young approach to writing applications for smartphones, regardless of what platform it runs on. This technology is called PWA (progressive web application) and it can work both on smartphones with android and ios operating systems. If one of the advantages is obvious, we will consider the rest and touch on the disadvantages of this approach in writing applications for smartphones. We will learn the prerequisites that make a website an application for smartphones. Let's draw conclusions based on all of the above.

Ключевые слова: веб-сайты, приложение для мобильных устройств, мультиплатформенность, javascript

Keywords: websites, mobile app, multiplatform, javascript

Веб-технологии за последние годы стремительно развивались, при зарождении интернета веб сайт из себя представлял статичную страницу с весьма посредственным визуальным оформлением, и обмен данными с сервером не было частым явлением. Сейчас же — это интерактивные мастодонты с изысканными дизайнами, наполненные динамикой и логикой, предоставляющие огромные объемы информации. При плохой оптимизации и не самом лучшем качеством соединения может вызвать негативный опыт пользования продуктом. Рынок смартфонов бурно развивался в последние годы и здесь вопрос об оптимизации встает более остро. И технология PWA (прогрессивное web-приложение) может помочь решить эту проблему.

PWA (progressive web application) многие считают чем-то новым и очень модным, но сама технология была создана корпорацией Microsoft в далеком 2000 году. У наших “яблочных” производителей тоже была своя версия. Но широкую известность она получила сравнительно недавно в 2015 году, благодаря браузеру google chrome, продвижению Service Worker и Web App Manifest. Само же название технологии PWA принадлежит двум людям, дизайнеру Фрэнсису Берримэну и инженеру Google Chrome Алексу Расселу, которые и придумали сам термин.

Есть три компонента PWA, которые являются обязательными для разработки такого типа приложения.

Service Worker — это компонент кода JavaScript, который является прокси-сервером между браузером и сетью. Его основная функция - это позволить пользователю использовать приложение автономно, без подключения к интернету, а также ускорение работы приложения, service worker сохраняет необходимые ресурсы в кэше браузера, и при повторном посещении того же ресурса данные возвращаются из кэша прежде, чем даже проверять доступ к сети, это значительно ускоряет работу. Также отвечает за push уведомления на смартфоне. Но возникает логический вопрос, а если данные на сервере устарели, и пользователь может воспользоваться не актуальной информацией. Server Worker имеют собственные события жизненного цикла и это дает полный контроль над поведением приложения. И зачастую в кэш помещают статические элементы, такие как картинки, скрипт и то, что не должно меняться часто. Следующий обязательный элемент для PWA это файл манифеста — это конфигурационный файл в формате JSON, который содержит необходимую информацию, например значок, который будет отображаться на экране после установки имени приложения и много другого, что может быть либо необходимым, либо полезным для приложения. Если такой файл присутствует, то браузер определит это и автоматически предложит установить веб-приложения на ваш смартфон или на персональный компьютер.

И третий обязательный элемент, это HTTPS — это стандартный протокол передачи данных, так как service worker имеет возможность перехватывать сетевые запросы и изменять ответы, и эти действия выполняются на стороне клиента. Протокол HTTPS позволяет это сделать с максимальной безопасностью. Следовательно, установка приложения на ваш гаджет настолько же безопасна, насколько посещение сайта.

Также хочется упомянуть об необязательных, но весьма полезных технологиях для PWA.

Первый из них Application Shell — это статическая оболочка приложения, она хранится на стороне клиента и представляет собой каркас для загруженных с сервера

данных. Push Notifications является самой популярной и самой злоупотребляемой технологией PWA.

Теперь пришло время обсудить целевые показатели. Нет зависимости к сети service worker, предоставляется возможность работать в автономном режиме, но в тоже время всегда актуальное состояние благодаря им же. Безопасность благодаря HTTPS протоколу. Простой процесс установки приложения и идентифицируется как приложение, благодаря файлу манифест. Мультиплатформенный, из-за того, что запускается на движке браузера, а не специализированной платформе.

Но всегда и везде есть но. Сейчас немного о минусах, к сожалению, они есть и у такой технологии. Не все операционные системы обеспечивают полный объем возможностей PWA. Есть ограничение для пользователей iOS: локальные данные не выше 50 Мбайт, отсутствует интеграция с Siri и еще ряд ограничений. Как бы мы не кешировали и не хранили данные, но возможности офлайн будут ограничены. Также заряд батареи мобильного телефона будет расходоваться быстрее.

Мы обсудили как это все работает, для чего и с помощью каких технологий. Сейчас я хотел бы обсудить немного маркетинга, и примеров использования PWA мировыми брендами.

Компания Starbucks разработала PWA уже имея стандартное мобильное приложение. При схожем интерфейсе и возможностями размер занимаемой памяти оказался меньше на 99.84% и в дальнейшем стал более популярным, чем стандартное приложение.

Для AliExpress функциональность помогла генерировать в два раза больше посещенных страниц за один сеанс и увеличила время сеанса на 74%.

PWA также пользуются такие известные компании, как Nikkei, Lancôme, Forbes и др.

Литература

1. Прогрессивные веб-приложения с React (англ), 2017.
2. Создание прогрессивных веб-приложений, 2018
3. Д. Флэнаган JavaScript. Полное руководство | Флэнаган Дэвид 7-е издание, 2021
4. Д. Крокфорд JavaScript. Сильные стороны 2013.
5. Д. Дакетт Javascript и jQuery. Интерактивная веб-разработка. 2016

БЕЗОПАСНОСТЬ В СЕТИ СО СТОРОНЫ КЛИЕНТСКОЙ ЧАСТИ ПРИЛОЖЕНИЕ

Аннотация. В статье затронем историю возникновения взлома тех или иных электронных устройств. Также будут затронуты первые хакерские атаки. Обсудим наиболее популярные и распространенные типы атак на клиентскую часть приложения, разберем принципы работы этих атак и рассмотрим какие уязвимости позволяют атаковать веб-приложение. Как следствие будут рассмотрено, как можно вызвать эти атаки. Получим краткий экскурс по вопросам кибер безопасности в веб приложениях.

Annotation. The article will cover the history of the need to hack into various electronic devices. It will also touch upon the first hacking attacks. We will discuss the most popular and widespread types of attacks on the client side of the application, analyze the principles of these attacks and consider what vulnerabilities allow attacking the web application, we will consider how these attacks can cause consequences. We will get a brief tour of cyber security in web applications.

Ключевые слова: безопасность клиентской части, хакеры, уязвимости, атаки, XSS, CSRF

Keywords: client-side security, hackers, vulnerabilities, attacks, XSS, CSRF

Что такое интернет безопасность, для чего она появилась, и есть ли у нее история. Безопасность нужна, так как есть люди, которые ее хотят взломать или обойти, они называются хакеры.

Большинство людей думают, что это что-то новое, что она начала свое существование только в 2000-х годах с бурным развитием интернета, но это не так. Все зависит, что мы понимаем под словом хакер. Будет ли называться тот человек, который в начале 1910-х и 1920-х годах вмешивался в работу передатчиков и приемников кода Морзе хакером? Могли бы вы себе представить, что одни из первых хакеров могли появиться еще во время второй мировой войны, а как иначе назвать ученых, которые пытались и на какой то период времени смогли расшифровать зашифрованные сообщения, которые отправлялись немецкой шифровальной машиной под названием “Энигма”. Затем принцип шифрования “Энигмы” усложнили и первоначальные подходы дешифровки сообщений уже не подходили. Но ученые опять нашли способ расшифровывать сообщения, в этом им

помогли прогнозы погоды, которые транслировали каждое утро, понимание что было в зашифрованном сообщении существенно способствовало определению конфигурации «Энигмы», и так продолжалось до появления криптографической бомбы, которая имела 108 барабанов которые вращались со скоростью 120 оборотов в минуту и позволяли проверить почти 20 000 конфигураций «Энигмы» всего за 20 минут. Следующее важное событие, было широкое внедрение телефонной связи. Людей, которые экспериментировали с воспроизведением звука нужной частоты фрикерами (phreakers). В 1976 году компания Apple выпустила первый персональный компьютер (Apple 1), их продали всего несколько сотен штук. А в 1982 году компания Commodore International выпустила Commodore 64 — персональный компьютер, продажи которого уже в 1980 году достигли около 500 тысяч в месяц. И тут, в 1988 году аспирант факультета вычислительной техники, Корнеллского университета Роберт Моррис, создает вредоносную программу, которую назвали червь Морриса (Morris Worm), которая заражает 15 000 компьютеров, подключенных к сети, и наносит ущерб на сумму в 10 миллионов долларов. В дальнейшем его судят, он получает штраф в размере 10 000 долларов. И его по праву можно считать первым хакером.

После небольшой истории, давайте обсудим основные угрозы, которым может подвергнуться клиентская часть приложения. XSS (Cross-Site Scripting - Межсайтовый скриптинг), занимает почетное третье место среди всех веб уязвимостей согласно OWASP 2021. Аббревиатура XSS была использована чтобы не было путаницы с CSS (Cascading Style Sheets). Этот тип атаки позволяет злоумышленнику внедрить вредоносный код в веб браузер пользователя. Так как код запускался со стороны пользователя, для браузера он является доверенным и получает доступы к файлу куки (cookie). А когда куки попали к злоумышленнику, он может ими воспользоваться для своих целей, к примеру изменить пароль пользователя или получить данные по его банковским картам. XSS атаки делятся на несколько подвидов: отраженный XSS (Reflected XSS) - суть заключается в том, что страница, к которой обращается пользователь, несет с собой вредоносный код, который запустит ваш браузер. Тут есть трудность, что мы должны вынудить пользователя нажать на ссылку. Постоянная уязвимость XSS или хранимая (Stored XSS), этот тип атак очень мощный и весьма популярный, принцип его работы заключается в том, что вредоносный код хранится на сервере и загружается туда в виде комментариев или объявления, и запускается когда пользователь попадает на страницу, браузер делает запрос к серверу, и когда запрос попадает на сервер код приводится в действие. DOM-based XSS этот вид атаки опасен тем, что он изменяет или управляет DOM (Document Object Model) из JavaScript.

Подделка межсайтовых запросов (CSRF) - тип атаки, позволяющий хакеру выполнять действия, используя данные других пользователей. Например, есть хакер Антон, у которого есть информация, что некий банковский сайт может отправить POST в виде имени пользователя и суммы денег, запрос с переводом денег, если пользователь зашел в систему. Антону для незаконного обогащения остается создать форму, которая будет включать его банковскую карту и сумму, затем скрыть эти поля и разослать по электронной почте форму с привлекательной и заманчивой кнопкой “Получить приз”, всем пользователям банка. После того, как пользователь нажмет на кнопку отправить запрос, на сайт банка браузер прикрепит куки с помощью которых сервер проверит пользователя и определит авторизован ли он в системе, и переведет деньги хакеру Антону. Для предотвращения таких атак, каждому пользователю присваивается “секрет” и в случае, если Антон смог узнать “секрет” он сможет воспользоваться им только один раз.

И в заключении еще парочки угроз: Clickjacking - воровство кликов, пользователь хочет нажать на кнопку запустить, а там открывается навязчивая реклама. Denial of Service (DoS) - эта атака у всех на слуху, принцип заключается в том, чтобы загрузить сервер по максимум и замедлить его работу. Directory Traversal (Файл и раскрытие) - попытки хакера получить исходный код приложения.

Есть еще множество различных атак на веб приложение. Но мы почти не затронули способы борьбы, защита ложится на плечи специалистов по безопасности и команды разработки приложений. И с каждым днем хакеры придумывают новые способы получить ту информацию, которая для них не предназначена, и с каждым днем появляются методы, как защитить эту информацию.

Литература

1. Э.Хоффман, Безопасность веб-приложений (2021)
2. Д. Н. Колисниченко, Анонимность и безопасность в интернете (2020)
3. Райс Лиз, Безопасность контейнеров. Фундаментальный подход к защите контейнеризированных приложений (2021)
4. Д. Статгард, М. Пинто, The Web Application Hacker's Handbook: Finding and Exploiting Security Flaws (2-е издание, 2007)
5. В. Титус, Р. Хайрам, Т. Маншрек, Делай как в Google. Разработка программного обеспечения (2021)

ОПТИМИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ С ПОМОЩЬЮ ЭКОНОМИИ ПАМЯТИ

Аннотация. В данной статье будет рассмотрено несколько механизмов работы сборщиков мусора, также рассмотрим причины возникновения сборщиков мусора в современных языках программирования, обсудим плюсы и минусы каждого из оговоренных нами подходов для очищения памяти на физических носителях, в каких случаях и при каких условиях могут использоваться тот или иной подход. Какие проблемы могут возникнуть при некорректных управлениях ресурсами. Цель статьи не допускать ошибки, которые могут понизить производительность вашего программного продукта.

Annotation. In this article we will consider several mechanisms of garbage collectors, the reasons for garbage collectors in modern programming languages, discuss the pros and cons of each of the considered approaches for clearing memory on physical media, in what cases and under what conditions one or another approach can be used. What problems can arise from incorrect resource management.

Ключевые слова: JavaScript, сборщик мусора, фронтенд разработка, оптимизация
Keywords: JavaScript, garbage collector, frontend development, optimization

Возможно название этой статьи не открывает всю суть темы, но разговор пойдет о сборщиках мусора (garbage collector). Мы будем обсуждать сборщик мусора в JavaScript и работы его в веб приложении, но принципы очень схожи во всех языках программирования, и для работы любой из программы написанной на этих языках программирования требуются память. Операционная система выделяет немного памяти под объекты, примитивы, функции, которые создаются во время работы программы. И операционная система любезно предоставляет для этих нужд RAM (Random Access Memory), но что делать, если место в памяти закончилось и операционная система не может выдать еще, а приложению еще нужна память для продолжения работы, вот тут приходит на помощь сборщик мусора который начинает уничтожать все что уже не понадобится или то, что он думает уже не понадобится.

Начнем с обсуждения, когда сборщик мусора начинает свою работу в JavaScript. В большинстве случаев разработчики языка JavaScript позаботились о коллегах, и теперь при написании программ команды фронтенд разработки практически никогда не задумаются, а как он работает и какую работу он вообще выполняет. Но если все уже сделано зачем знать, как работает этот “волшебный” механизм. Во-первых, иметь представление об инструменте, с которым вы работаете очень полезно, во вторых, вы можете улучшить оптимизацию своего приложения, как выпущенных так и будущих проектов, и самое главное как не допускать ошибок, которые как вы думаете “оптимизируют”, хотя на самом деле делают только хуже. Если не вдаваться в подробности, то сборщик мусора удаляет объект из памяти тогда, когда объект становится недоступны, что это значит – выполняемая на данный момент функция. Функции, которые являются звеном вызовов функции, глобальные переменные, все эти случаи могут называться корнями и являются живыми и недопустимы для удаления сборщиком мусора. Также живые, достижимыми объектами считаются те объекты, которые доступны из корня по ссылке или по цепочке ссылок. Корневые объекты считаются: Window, почти все браузерные API, все promise, все что попадает Microtask и Macrotask, Mutation observers, RAF, Idle-callbacks.

Важно отметить, что если есть объекты, которые ссылаются друг на друга, но ни на одного из них нету доступа из корня, то сборщик мусора удалит все группу объектов.

Есть исключение из правил, также и для JavaScript есть объекты которые не удаляются, и их нужно уничтожать самостоятельно, это многие объекты из браузерного API, и их можно распознать по парным функциям create/delete.

Если посмотреть на все это со стороны физического носителя, то память является массивом, в котором лежат какие-то числа. И представим себе, что мы хотим добавить один объект, который будет занимать больше места, чем наша память, это приводит к аварийному завершению работы программы. Но и есть такой подход, когда нету никаких механизмов очищения памяти, он называется No-op collector, вы можете думать, что это не самая лучшая идея и это отчасти правда, для фронтенд разработки на JavaScript этот подход не допустим, а вот в бэкенд разработке, это вполне возможно, при помощи балансировки нагрузки, если один из серверов отключится и начнет перезагрузку балансировщик, с легкостью распределит нагрузку на другие доступные сервисы и после того, как сервер после перезагрузки снова станет доступный, нагрузка снова распределиться. Но вернемся к нашей памяти, допустим, мы нашли способ как очистить память, удалили один объект где то из середины, который занимал 2 ячейки памяти, а нам надо 5 и у нас получается есть три в конце памяти и две где-то в середине, такие алгоритмы с дырками в памяти называются Mark and Sweep. Mark and Sweep очень простой алгоритм, срабатывает только когда мусора

мало, минусом является очень сложная логика поиска свободного места, бывают случаи, что память есть, но она разбита на куски, но остается проблема, что нет цельного куска, куда можно было поместить целый большой объект.

Вторая идея — это сдвинуть все в одну сторону и таким образом освободить место под крупный объект. И такой механизм существует, он называется Mark and Compact. Как плюсы можно отметить дефрагментацию памяти и доступно к использованию, когда мусора практически нет, минусы можно отметить, как сложность в работе и реализации, перемещает объекты, алгоритмы весьма медленные.

Еще один принцип работы сборщика мусора называется Semispace aka Lisp 2, его идея заключалась в том, что сборщик мусора не удаляет ненужные объекты, а копирует живые в условно свободное место в памяти, на первый взгляд, идея хорошая, но тут возникает несколько проблем, это дублирование объектов и ссылки новых объектов ведут на старые объекты, а не друг на друга, так что это приводит к двойному расходу памяти. Положительные стороны: простота, можно совмещать с фазами обхода, отличная производительность.

Следующий принцип будет сборка поколениями, представим себе, что у нас есть два куска памяти, один называется Eden, в который попадают все новые объекты и один медленный Mark and Sweep. Когда Eden наполняется и сборщик мусора приступает к работе, он копирует все живые объекты в область память, которая работает по принципу Mark and Sweep, но сам Eden полностью очищается, принцип работы заключается в том, что объекты живущие в Mark and Sweep проверяются реже, тем самым экономятся ресурсы.

Осталось обсудить, когда сборщик мусора должен собирать его. Самый простой вариант, это когда сборщик мусора останавливает выполнение JavaScript, выполняет свою работу, а потом запускает JavaScript код заново, такой метод называется Stop the World. Один из механизмов Parallel – сборщик, из-за того, что сейчас не проблема компьютерам работать в несколько потоков, сборка мусора выполняет свою работу в параллельных потоках. Еще одна идея — аккуратно сделать копию текущего состояния приложения, а сборку вести параллельно выполнению JavaScript.

Литература

1. Г. Шилдт, Java 8 (2014)
2. Д. Крокфорд JavaScript. Сильные стороны (2013).
3. Shubhnandan S Jamwal, Garbage collectors on Modern Compilers (2011)
4. Блинов, Романчик, Java: промышленное программирование (2016)
5. Д. Флэнаган, JavaScript. Подробное руководство (1996)

*Савинкова Анна Сергеевна,
студент магистратуры 3 курс, юридический факультет
Вятский государственный университет
Россия, г. Киров*

ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРАВООТНОШЕНИЙ С УЧАСТИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация. Статья посвящена исследованию сущности правоотношений с участием потребителей и особенностей их правового регулирования. Акцентируется внимание на комплексном характере таких правоотношений, что определяет особенности правового регулирования. Затрагивается проблематика договорной природы исследуемой сферы правоотношений, при этом автором отмечается, что в доктрине правовая категория «потребительский договор» рассматривается в противопоставлении с правовой категорией «предпринимательский договор», что позволяет идентифицировать данный вид договоров как потребительски-предпринимательский и сформулировать его определение.

Summary. The article is devoted to the study of the essence of legal relations with the participation of consumers and the peculiarities of their legal regulation. Attention is focused on the complex nature of such legal relations, which determines the peculiarities of legal regulation. The problems of the contractual nature of the studied sphere of legal relations are touched upon, while the author notes that in the doctrine the legal category "consumer contract" is considered in contrast with the legal category "business contract", which allows identifying this type of contracts as consumer-entrepreneurial and formulating its definition.

Ключевые слова: правоотношения с участием потребителей, потребительские отношения, потребитель, договор, защита, услуга, отношение.

Keywords: legal relations with the participation of consumers, consumer relations, consumer, contract, protection, service, attitude.

Особую область гражданских правоотношений составляют отношения с участием граждан-потребителей. Такая особенность обуславливается несколькими причинами: область в которой проистекают такие отношения четко определяется – потребительский рынок; в основу таких отношений закладывается договор, который заключается между потребителем и его контрагентом (продавец, изготовитель, исполнитель, уполномоченная

организация, уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер, владелец агрегаторов информации о товарах (услугах). Кроме того, ключевыми моментами являются: направленность таких отношений на удовлетворение потребностей граждан, а также их имущественный характер.

Анализ юридической литературы позволяет выделить отличительные признаки потребительских правоотношений. К ним относятся: особое содержание, особый субъектный состав, специфический перечень объектов, цель приобретения товара (работы, услуги) – для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, возмездный характер имущественных отношений.

Отметим, что в литературе дискуссионным является вопрос употребления термина «потребительские отношения». Так, В.В. Богдан полагает, что недопустимо использовать данную формулировку, поскольку считает потребительские правоотношения самостоятельным видом общественных отношений между любыми субъектами гражданского права, следовательно, такая формулировка не отражает специфику явления. Кроме того, «общий смысл понятия «потребительский» содержит негативный подтекст: под ним можно понимать желание жить, получая от других более, чем им отдавать». Позволим себе не согласиться с такой категоричностью, поскольку использование многими учеными термина «потребительские правоотношения» исходит из объективно-содержательного свойства данных общественных связей, а не их субъективно-психологического оттенка.

А.А. Райлян же, напротив, довольно широко трактует понятие «потребительские отношения», определяя с помощью него предмет потребительского права и относя к нему: 1) имущественные отношения, возникающие между изготовителями (продавцами, исполнителями) и потребителями товаров, работ, услуг; 2) публично-правовые отношения, складывающиеся при осуществлении государственного надзора и контроля; 3) местно-самоуправленческие (муниципальные) отношения, возникающие в результате реализации полномочий органами местного самоуправления; 4) общественно-правовые (корпоративные) отношения; 5) отношения образовательно-правовые и информационные. Нельзя не согласиться с мнением В.А. Анисимова, который полагает, что «подобное объединение под одним термином разнородных по своей природе общественных отношений во многом нивелирует научный и практический потенциал исследуемой категории».

Таким образом, полагаем допустимым использовать термин «потребительские правоотношения» (или «потребительские отношения»), понимая под ним, сформулировав

кратко, такие отношения, которые возникают по поводу удовлетворения имущественных потребностей граждан.

По мнению Н.Н. Агафоновой, существует небольшое число личных неимущественных потребительских правоотношений, к которым относятся отношения, «вытекающие из реализации потребителями права на информацию и просвещение. Поскольку права на информацию и просвещение связаны с передачей потребителю знаний, сведений о законодательстве о защите прав потребителей, о субъектах и объектах правоотношений, постольку они являются личными неимущественными правами». Кроме того, к личным неимущественным потребительским отношениям ученый относит реализацию потребителем права на компенсацию морального вреда. И.В. Архипов же в структуре данных правоотношений выделяет имущественные объекты (объекты гражданского оборота: товары, работы, услуги) и объекты защиты (гражданские права и неимущественные блага граждан), что схоже с позицией Н.Н. Агафоновой. Из проведенного анализа мы видим специфику объектов правоотношений с участием потребителей, что является еще одним критерием для идентификации потребительских правоотношений в ряду иных имущественных правоотношений.

Сущность же потребительских правоотношений состоит в следующем:

- эти отношения позволяют физическому лицу (гражданину) удовлетворять исключительно личные, бытовые, семейные нужды, не связанные с предпринимательской деятельностью;
- в рассматриваемых правоотношениях реализуется государственная политика по предотвращению нарушения прав потребителей, а также формируются дополнительные правовые гарантии;
- это правоотношения граждан-потребителей и их контрагентов, а также общественных организаций, государственных органов, урегулированные законодательством о защите прав потребителей, отражающим специфику правового положения потребителей, как слабой стороны.

Абсолютное большинство цивилистов отмечают комплексный характер потребительских правоотношений, что выражается в осуществлении защиты слабой стороны при помощи сочетания частноправовых и публично-правовых средств. Защита осуществляется с помощью нормативных актов, включающих нормы как частного, так и публичного права при этом государство руководствуется необходимостью сбалансированного сочетания частного и публичного интересов потребителей.

Регулирование потребительских правоотношений, их защита и охрана реализуются при помощи норм конституционного, гражданского, административного, уголовного и

других отраслей права. Однако, несмотря на это, правоотношения с участием потребителя имеют гражданско-правовую сущность. Установления иных отраслей права в этой области выполняют охранительные функции, а также защитные. Законодательство же о защите прав потребителей имеет целевую направленность на создание специальных условий, дополнительных гарантий для защиты потребителя, как более слабой фигуры гражданского оборота, и для соблюдения его прав. Таким образом, необходимо в первую очередь совершенствовать гражданско-правовые нормы, регулирующие правоотношения с участием потребителей.

Анализ научной литературы позволяет выделить следующие особенности правового регулирования правоотношений с участием потребителей:

1. если для гражданина оказана услуга или выполнена работа по безвозмездному договору, то правила о защите прав потребителей не применяются;
2. если изготовитель докажет, что произведенная им продукция предназначена не для потребителя (не для личных нужд), а для профессионального использования, то законодательство о защите прав потребителей не применяется;
3. не применяются также правила о защите прав потребителей, если гражданин приобрел товар не по договору купли-продажи, а по договору мены, а также если товар был приобретен у другого гражданина (не предпринимателя);
4. если потребителю не представлена возможность незамедлительного получения информации о товаре, работе, услуге при заключении договора, то законодателем это расценивается как необоснованное уклонение от заключения договора, и потребитель в таком случае может требовать возмещения причиненных ему убытков;
5. законодательство о защите прав потребителей применяется в таком случае, когда гражданин лишь высказывает намерение приобрести необходимый ему товар.

Конструкция «намерение заказать или приобрести» представляет интерес. Законодательно закрепленного определения намерению не существует. Однако, как отмечает А.Е. Прудникова, под намерением чаще понимаются «возникшие в сознании покупателя представления, связанные с приобретением той или иной продукции или услуги. Причем внешние формы выражения намерения различны, например: разговор с продавцом, осмотр товара на стенде, изучение технической документации и т.д.». Данный признак означает, что правовое регулирование отношений между потребителем и его контрагентом начинается на более раннем (преддоговорном) этапе.

Для описания потребительских правоотношений в литературе используется термин «потребительский договор». Единого подхода к его определению в отечественной цивилистике нет. Однако подходы к отграничению этой договорной формы в научной

литературе существенно не различаются, поскольку в их основе лежат закрепленные в преамбуле Закона о защите прав потребителей признаки, образующие предмет его правового регулирования. Так, А.Е. Кирпичев понимает под ним разновидность договорного обязательства с участием потребителей. По нашему мнению, такая формулировка не раскрывает все содержание данного вида договора. Полагаем, что наиболее полным является определение, предложенное Н.А. Внуковым, который определил потребительский договор, как согласованное волеизъявление гражданина-потребителя и хозяйствующего субъекта, совершенное в соответствующей форме, в совокупности представляющее собой соглашение, направленное на удовлетворение потребительских нужд (бытовых и (или) личных) и извлечение прибыли, на основе которого возникают, изменяются и прекращаются гражданские права и обязанности, имеющие особый правовой режим.

Чаще всего потребительские договоры являются публичными, то есть договорами, заключаемыми лицом, осуществляющим предпринимательскую или иную приносящую доход деятельность, и устанавливающий его обязанности по продаже товаров, выполнению работ либо оказанию услуг, которые такое лицо по характеру своей деятельности должно осуществлять в отношении каждого, кто к нему обратится (розничная торговля, перевозка транспортом общего пользования, услуги связи, энергоснабжение, медицинское, гостиничное обслуживание и т.п.). Лицо, осуществляющее предпринимательскую или иную приносящую доход деятельность, не вправе оказывать предпочтение одному лицу перед другим лицом в отношении заключения публичного договора, за исключением случаев, предусмотренных законом или иными правовыми актами.

Что касается системы потребительских договоров, то наиболее логичной и понятной нам представляется предложенная А.М. Аврах система, основанная на классификации по сегментам потребительского рынка:

1. потребительские договоры купли-продажи: розничная купля-продажа, продажа недвижимости, договор энергоснабжения и др.;
2. потребительские договоры оказания услуг: информационных, консультационных, финансовых услуг, услуг по охране и сопровождению грузов, коммунальных услуг, посреднических услуг, иных услуг;
3. потребительские договоры выполнения работ: строительный подряд, бытовой подряд, подряд на выполнение проектных и изыскательских работ и иные.

По мнению ученого, данная классификация «является концентрированным выражением признаков системности потребительских договоров – их единства и

дифференциации, она имеет правотворческое правореализационное научно-познавательное значение», с чем трудно не согласиться.

В доктрине правовая категория «потребительский договор» рассматривается в противопоставлении с правовой категорией «предпринимательский договор». Полагаем, что в такой «связке» эти две категории и существуют. При этом потребительским договор может быть исключительно для одной стороны сделки – гражданина, а для продавца товара, работы или услуги договор будет предпринимательским (либо хозяйственным).

Таким образом, мы приходим к выводу о том, что договор между потребителем и поставщиком товара, работы или услуги стоит считать не потребительским, а потребительно-предпринимательским, в чем выражается двойственный характер такого договора. Попытки дать определение такого договора уже встречались в научной литературе. Однако данные определения не отражают в полной мере правовую сущность данного договора и не учитывают целый ряд тонкостей договорных отношений с участием потребителей.

Итак, потребительно-предпринимательский договор – это соглашение, в силу которого исполнитель, продавец, изготовитель (если он выполняет функции продавца либо исполнителя, или иные уполномоченные лица) обязуется передать имущество в собственность или во временное владение и (или) пользование, по заданию заказчика оказать услугу или выполнить работу (то есть осуществить определенную деятельность или совершить определенные действия в пользу гражданина-потребителя), предназначенные исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, при этом последний обязуется принять это имущество, результат работ и уплатить обусловленную цену.

Исследование проблемы потребительских правоотношений имеет не только теоретическую, но и практическую ценность, поскольку является основой для эффективного законодательного регулирования указанных правоотношений, четкого определения прав и обязанностей участников и дальнейшего анализа их реализации.

Литература

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1. [Текст]: [федер. закон \: принят Гос. Думой \: 21 октября 1994 г.: с изм. на 25.02.2022]. – СЗ РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.

2. Аврах, А.М. Договор с участием потребителей в системе гражданско-правовых договоров [Текст]: автореф. дис. ... канд. юрид. наук (12.00.03) / Аврах Анна Марковна; Акад. упр. «ТИСБИ». – Казань, 2007. – 28 с.

3. Агафонова, Н.Н. Защита прав потребителей: материальные и процессуальные аспекты [Текст]: учебник / Н.Н. Агафонова. – М.: Проспект, 2021. – 248 с.
4. Анисимов, В.А. Теоретические проблемы понимания сущности и значения категории «потребительские отношения» в гражданском праве [Электронный ресурс] / В.А. Анисимов // Гражданское право. – 2019. - № 5. - Режим доступа: [Консультант Плюс]. - Загл. с экрана.
5. Архипов, И.В. Объекты потребительских правоотношений [Текст] / И.В. Архипов // Юридическая наука. – 2020. - № 8. – С. 16-20.
6. Астахова, М.А. Потребительский договор: понятие и признаки [Текст] / М.А. Астахова // Юрист. – 2015. - № 16. – С. 9-12.
7. Богдан, В.В. Гражданско-правовое регулирование защиты прав потребителей в современной России: проблемы теории и практики [Текст]: Дис. ... докт. юрид. наук (12.00.03) / Богдан Варвара Владимировна; Юго-Западный гос. ун-т. – Курск, 2015. – 391 с.
8. Внуков, Н.А. Договор потребительского кредита как вид потребительского договора [Текст] / Н.А. Внуков // Право и экономика. – 2011. - № 4. - С. 21-25.
9. Дашко, А.В. Теоретико-прикладное моделирование договорных отношений с участием потребителей [Текст]: автореф. дис. ... канд. юрид. наук (12.00.03) / Дашко Александр Викторович; Всерос. гос. налог. акад. Мин-ва финансов РФ. – М., 2005. – 24 с.
10. Кирпичев, А.Е. Соотношение понятий «потребительский договор» и «обязательство, связанное с осуществлением предпринимательской деятельности»: проблемы теории и правоприменения [Электронный ресурс] / А.Е. Кирпичев // Мировой судья. – 2014. - № 1. - Режим доступа: [Консультант Плюс]. - Загл. с экрана.
11. Прудникова, А.Е. Понятие «потребитель»: историко-правовой анализ [Текст] / А.Е. Прудникова, Э.И. Куку // Право и образование. – 2018. - № 9. – С. 91-96.
12. Райлян, А.А. Теоретические основы потребительского права России: цивилистическое исследование [Текст]: автореф. дис. ... докт. юрид. наук (12.00.03) / Райлян Алексей Александрович; Казанский гос. ун-т им. В.И. Ульянова-Ленина. – Казань, 2007. – 45 с.

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ РУССКОЯЗЫЧНОЙ РОК-МУЗЫКИ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК (НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ КИНО)

Аннотация: язык является репрезентацией культуры, они друг друга определяют и обуславливают, и каждая языковая личность является носителем определённой культуры и ее выражает. В данной статье будет рассмотрено творчество Виктора Цоя, отражение его личностных особенностей и особенностей эпохи в песнях, а также будет проведён анализ перевода песен группы Кино на английский язык.

Abstract: language is a representation of culture, they define and condition each other, and each linguistic personality is a carrier of a certain culture and expresses it. This article will examine the work of Viktor Tsoi, the reflection of his personal characteristics and the characteristics of the era in the songs, as well as the analysis of the translation of the songs of the Cinema group into English.

Ключевые слова: интерпретация, перевод, текст, Виктор Цой, песня.

Keywords: interpretation, translation, text, Viktor Tsoi, song.

В качестве *теоретической основы* исследования выступили работы по педагогике, лингвистике и поэтике (Дуняшева, Шестернева Е.С., Доманский Ю.В., Пропп В.Я., Плеханова Н.Ю., Буйнов И.А.), теории и практике перевода (Терехова Г.В., Нелюбин Л.Л., Пим Э., Шуверова Т.Д., Рябцева Н.К., Сдобников В.В.) и стилистике (Арнольд И. В., Бельчиков Ю.А., Виноградов В.В., Квятковский А.).

Материалом исследования послужили тексты песен Восьмиклассница и Пачка сигарет и их переводы на английский язык.

Также были использованы следующие *методы* исследования: описательный метод, культурологический анализ, функционально-стилистический, метод сопоставительного анализа, метод сплошной выборки.

Поскольку язык - это репрезентация культуры, они взаимообусловлены и взаимосвязаны, можно предположить, что в лирике Цоя отражены некоторые особенности русской культуры. Возникает вопрос: почему группа «Кино» стала такой популярной в СССР? Мы предполагаем несколько причин, рассмотрим же их подробнее.

Во-первых, надо учитывать период, когда группа «Кино» находилась на пике своей популярности. Это был не самый легкий период для СССР, точнее - период застоя, который начался в 1964 году, с приходом Брежнева к власти, и продолжался до 1986 года, 27-го

съезда КПСС. В то время в самой крайней стадии была экономическая стагнация, одной из главных проблем по-прежнему был дефицит товаров; также при Брежневе наблюдался политический застой с репрессиями против правозащитников и политических активистов. Важно упомянуть закон о тунеядстве, согласно которому каждый должен был быть занят полезным отечеству делом, то есть, должен был иметь официальную работу. Исполнительская деятельность (в особенности в рок индустрии) не то, что не подходила под определение официальной работы, но могла привести к совершенно нежелательным последствиям, если бы песня не прошла цензуру. И чтобы не попасть под статью, многие устраивались работать на заводы. Так и Цой устроился работать в котельную, из которой после его смерти сделают музей. Но пока что это просто место встреч с группой, и вдохновение для создания песен («Камчатка», «Я хочу быть кочегаром»).

Таким образом, лирика Цоя была очень актуальной, как он сказал в одном из интервью: «Я прекрасно понимаю, насколько это вопрос попадания во время. Я в каком-то смысле в него попал, если это нравится.» Люди жаждали этих перемен, они больше не могли выносить стагнацию, к тому же они чувствовали грядущие перемены. В одном из интервью Джилл Догерти, журналистка CNN на тему «Русского вопроса», рассказывает о своем разговоре с одним из российских политиков в 1980-х годах, который сказал: «Послушай, никто уже не верит во все это», намекая на стабильность и долголетие СССР. Во-вторых, основная тема песен Виктора Цоя – образ жизни советских подростков, их социальные и культурные убеждения, язык очень простой и понятный. Песни наполнены антитезой и социальным протестом, с их помощью автор показывает дистанцию между мечтами и реальностью, волю к движению вперед, к слову социальной системы, стремление к переменам (Группа Крови, Мама-Анархия, Перемен). Некоторые из его песен повествуют о русской тоске (Пачка Сигарет, Лето), в то же время некоторые из них просто дурашливые и забавные (восьмиклассница, алюминиевые огурцы). Эти темы были знакомы обществу СССР, находили отклик в сердцах.

И в-третьих, также важно заметить, что происходило с музыкальной индустрией в тот период. Не было возможности записывать музыку, если она не была принята и одобрена правительством, необходимо было пройти цензуру, что для большинства рок-групп не представлялось возможным из-за репертуара и нежелания сотрудничать с правительством (вспомним того же Летова или Гребенщикова), поэтому большая часть музыки записывалась нелегально, что опять же подогревало интерес публики. Попытки Советской власти взять под контроль стихийные организации рок концертов не дали результатов. И тогда властью было принято важное в истории русского рока решение - создать рок-клубы, чтобы хоть как-то контролировать музыкантов. Властями организовывались рок –

фестивали, репертуар тщательно отбирался, подвергаясь жёсткой цензуре и ограничениям. Нелегальные выступления, вне фестивалей запрещались, за это коллектив могли запретить. Конечно же, в таких условиях было опасно работать, но все это делали - так проявлялась ещё большая связь со слушателем; из некачественно записанных в подпольных студиях кассет и дисков можно было услышать «Мы такие же, как вы!». Ещё большее сближение с народом - ещё большая популярность. К тому же, группе Кино даже не надо было стараться быть ближе, они сами были тем народом, чьи сердца требовали перемен.

К тому же необходимо отметить основные черты русского рока 1980-90 годов, которые присутствовали и в творчестве Цоя.

1. Создается портрет поколения, которое сбегает от реальности в буддизм, христианство, язычество;
2. Выражается культурный протест: рок против движения соцреализма;
3. Возникает религиозная тематика как ответ на предписываемый государством атеизм
4. Возникает культурный диалог: между автором и общественностью.

Далее рассмотрим личность автора, так как именно она, как и историческая эпоха, повлияла на содержание песен и на становление Цоя как легенды русского рока. Как уже упоминалось выше, его песни были простыми и понятными всем, как и сам Цой был простым, близким к советскому народу, «работавшим» в котельной и пытавшимся не попасть под статью за тунеядство, о которой упоминалось выше. Ему не составляло труда заинтересовать людей и вызвать необходимый для успеха резонанс, хотя это не было его основной целью. Он писал песни о своей жизни, о том, что происходило вокруг, о том, что чувствовал он, и через него то же самое чувствовали и продолжают чувствовать все. И очень часто с помощью простых конструкций, изобилующих аллегориями и отсылками, пословиц и поговорок Цою удавалось передать невероятную глубину чувства в своих песнях, что тоже не могло не привлекать людей. Так, например в песне «Завтра война», которая длится 33 секунды, автор выражает весь ужас от неопределенности, и в то же время всю страшную обыденность и рутинность, кажущейся неминуемости свершения ужасного - начала войны. «Идет паренек / и ему невдомек то, / что завтра начнется война.» Кроме глубоких, но простых песен, у Кино были и шуточные, забавные песни, которые также отражали душевную простоту автора (анаша, алюминиевые огурцы).

Немаловажный фактор в становлении Цоя легендой является его ранняя смерть, ведь ничто так не привлекает внимание общественности и ничто так не будоражит, не наводит на размышления, не вызывает желание строить конспирологические теории, как ранняя смерть популярного человека из-за несчастного случая. Цой погиб в автокатастрофе 15

августа 1990 года, по официальной версии, заснув за рулем, столкнулся с автобусом. На похороны пришло около 30 тысяч человек, довольно значительная цифра. Цоя причисляют к «клубу-27». После такой ранней смерти Цоя окончательно записали в легенды, ведь, как говорится, герои долго не живут. Вокруг его личности и смерти начали выстраиваться конспирологические теории, различные домысливания, додумывания, что, разумеется, подняло обсуждаемость и осведомленность. Теперь о Цое знали и говорили все, и продолжают говорить и помнить до сих пор.

Кроме того, надо учитывать, что основой для российской рок-музыки является не мелодия, а лирика, текст. Многие исследователи сходятся во мнении, что лучше анализировать музыкальные тексты как стихотворное произведение, внимательно рассматривая все выразительные средства, образ и смысл, заключенные между строками. Задача переводчика — раскрыть скрытый смысл, следуя основным правилам рифмовки и, по возможности, эквиритмизации, сделать восприятие максимально быстрым и передать именно ту мысль, которую вкладывал в произведение автор. Также важно владеть базовыми знаниями в области стилистики, лингвистики и межкультурной коммуникации, чтобы представители определённой культуры могли понять все идеи автора без изменения смысла, для этого необходимо изучить культуру чужой страны и то, какими способами можно передать культурные значения и смыслы своего народа на их язык (в прямом и переносном смысле) так, чтобы не исказить их содержание. Кроме того, необходимы совершенные или почти совершенные навыки владения родным и чужим языком. Все эти факторы будут играть качественную роль в интерпретации текста.

Теперь мы можем перейти к анализу переводов текстов песен группы «Кино». Ими станут самые популярные песни разной тематики: «Пачка сигарет», «Восьмиклассница». Мы не будем анализировать интерпретацию «Группы Крови» так как ее уже перевёл сам Виктор Цой.

Мы выбрали несколько вариантов перевода песни «Восьмиклассница», и предлагаем рассмотреть наиболее спорные моменты. Во-первых, само название можно трактовать по-разному. Буквально «Eighth-grade girl», «Girl in the eight class» или как «Year 10 girl». Автор, предложивший последний перевод, пишет: «Первокурсник средней школы США, или ученик 10 класса Великобритании, в СССР в то время был эквивалентен ученику 8 класса. Это так сбивает с толку — чтобы не пугать всех, лучше используйте 10-й класс, иначе люди подумают, что ей всего 12».

Во-вторых, затруднение возникло со словом «кабак», которое в поэтическом тексте трактовалось как «café», а в других — как «pub». Мы полагаем, что такое изменение интерпретации влияет на смысл и идею и, следовательно, может считаться неуместным.

В-третьих, в поэтической трактовке автор решил перейти с отметки «С» или, что более актуально для русской культуры, «три из пяти» на оценку «F», что также несколько меняет смысл и может быть расценено как неверный перевод.

Все переводы этой песни стилистически релевантны, кроме одной, в которой «кабак» заменяется на «кафе». Переводчики используют простой язык, как и в оригинальной песне. Следующая песня — «Пачка сигарет». Перевод названия не влияет на восприятие, так как все переводы похожи.

Самая спорная часть начинается со второго куплета. Цой использует идиомы, такие как «быть виноватым без вина» (игра слов, изначально без вины), «чужими руками жар загребать», «на миру и смерть красна». «Без вины виноватый» - незаслуженно обвиненный, здесь превращено в игру слов с использованием омонимов «вина и вино»; к сожалению, каламбур в переводе не работает. «Чужими руками жар загребать» - использовать кого-то другого для выполнения своей грязной работы, буквально разгребать раскаленные угли чужими руками, «чужой» в оригинале опущен, что означает, что человек делает всю грязную работу сам. И, наконец, «на миру и смерть красна» — легче переносить несчастья, когда друзья рядом или когда человек находится с людьми, разделяющими схожую судьбу (ранее упоминалось конкретно о смерти). Здесь опять же идиома немного модифицирована и звучит она следующим образом «на миру без музыки и смерть не красна», что означает – быть одному без музыки совсем не радостно и не хочется даже жить.

Есть несколько способов, каким образом авторы переводили эти идиомы. Многие из них переведены дословно. Наиболее подходящим способом для «чужими руками жар загребать» является использование идиомы с довольно близким значением «make a cat's paw out of», что означает «использовать кого-либо ради собственной выгоды». К сожалению, остальные авторы не нашли эквивалентов к идиомам, однако они могли бы зауглнить аналоги этих идиом на английском языке и обязательно бы нашли. Например, «company in distress makes trouble less» для «на миру и смерть красна». Таким образом, использование аналогов идиом, а не дословный их перевод, упростит понимание песен артиста, и сделает перевод более доступным для массовой аудитории.

В заключение хотелось бы резюмировать все, что было сказано выше. Во-первых, на популярность Цоя оказали влияние многие факторы, такие как особенности исторической эпохи, простота, особенности тематики и своевременность песен, простой характер самого автора, близость к народу, и трагическая, полубогородная смерть. Все это в совокупности повлияло на такую известность и такое влияние автора. Также, переходя к практической части, необходимо упомянуть те преимущества в переводах, которые мы отметили. Так, в переводе названия «Восьмиклассница», ориентируясь на англоязычную аудиторию, и

соответственно, на их устройство жизни, лучшим вариантом представляется “Year 10 girl”, ведь такой перевод наиболее подходит по контексту, и смысл данного названия будет различим англоговорящими людьми без дополнительной подготовки и просматривания особенностей русской школьной системы, будет устранена возможность недопонимания. Если говорить о лексеме «кабак» и ее переводе, слово “pub” подходит стилистически и, опять же, контекстуально больше, чем “café”, так как последнее содержит другой оттенок значения - лирический герой не ведет восьмиклассницу в кафе, это ему не свойственно, он ходит по кабакам и приглашает ее туда же, - англоязычному слушателю необходимо это понимать. Также оценку «трояк» (три из пяти) следует переводить эквивалентно “three out of five” или “C”, что может значить «четыре с минусом», однако это не так существенно по сравнению с предложенным вариантом “F”, который равен двойке. Чтобы избежать непонимания, лучше использовать первые два варианта. Переводчики использовали простой язык, как и в оригинальной песне. В песне «Пачка сигарет» были рассмотрены идиомы и их перевод на английский язык. В случае с идиомами, по нашему мнению, лучшим вариантом будет поиск эквивалентов на иностранном языке или схожих по смыслу выражений; к тому же стоит избегать дословного перевода идиом, так как они являются языковой единицей с единым значением, то есть, дословный перевод идиом разрушает эту лексическую единицу и не может быть уместен. Таким образом, были рассмотрены и проанализированы две песни В. Цоя, наряду с феноменом его личности.

Список литературы:

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. М., 1990.
2. Бельчиков Ю. А. Лексическая стилистика. М., 1977
3. Буйнова И.А. Эстетическая концепция рок-поэзии
4. Виноградов В. В. О языке художественной литературы. М., 1959
5. Волгогонов Д. А. Семь вождей. Галерея лидеров СССР: В 2-х кн. М., 1995. Кн. 2;
6. Доманский Ю. В. Русская рок-поэзия: текст и контекст
7. Виталий Калгин — Виктор Цой. — 2015
8. Квятковский А. Поэтический словарь. М., 1966
9. Радке Э. Русская рок-музыка и ее функции в культурном советском пространстве. [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/russkaya-rok-muzyka-i-ee-funktsiya-v-kulturnom-sovetskom-prostranstve-avtoreferat-magisterskoy-raboty>
10. Плеханова Н. Ю. Субъектно-объектные отношения в рок-поэзии Виктора Цоя: проблема лирического героя
11. Шадурский В. В. Русская рок-поэзия и художественный прием // Русская рок-поэзия: текст и контекст. — 2002

12. Lyrics Translate – Multilingual translation community — [Интернет-ресурс] — <https://lyricstranslate.com>

*Смирнова Диана Николаевна,
магистрант, Московский педагогический государственный университет,
г. Москва*

УПРАВЛЯЕМЫЙ ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ И МОТИВАЦИИ У ОБУЧАЮЩИХСЯ СПО

Аннотация: Статья представляет собой доказательство актуальности создания управляемого механизма формирования профессионального самоопределения и мотивации, и предоставление варианта реализации данного механизма. На данный момент реализуются существенные изменения в сфере среднего профессионального образования с привлечением работодателей. В статье показана важность учета интересов работодателей в процессе подготовки будущих специалистов и вариант осуществления такой совместной работы.

Abstract: The article is a proof of the relevance of creating a controlled mechanism for the formation of professional self-determination and motivation, and providing a variant of the implementation of this mechanism. At the moment, significant changes are being implemented in the field of secondary vocational education with the involvement of employers. The article shows the importance of taking into account the interests of employers in the process of training future specialists and the option of implementing such joint work.

Ключевые слова: среднее профессиональное образование, инновации в образовании, профессиональное самоопределение, профессиональная мотивация

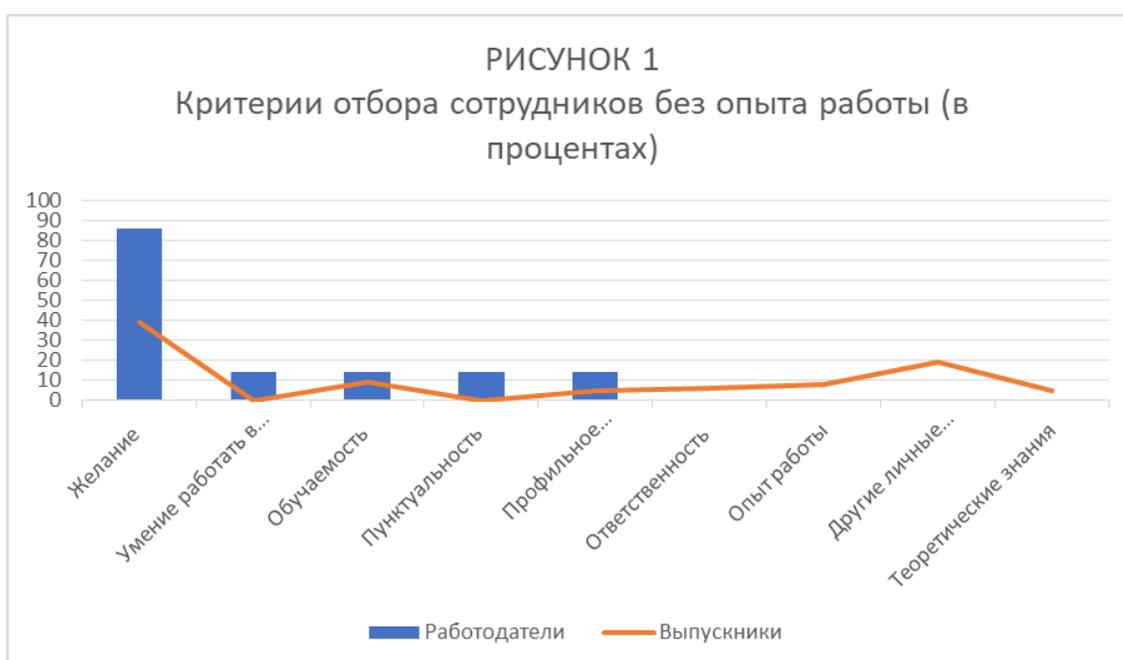
Keywords: secondary vocational education, innovations in education, professional self-determination, professional motivation

В данной статье будет показана актуальность и востребованность формирования профессионального самоопределения и мотивации у обучающихся интереса к получению среднего профессионального образования, а также предложена дорожная карта по реализации управляемого процесса.

Автором статьи было проведено исследование среди обучающихся на базе московского Колледжа сферы услуг по профессии 43.01.09 (повар, кондитер). Исследование проводилось в виде анкетирования и дальнейшего статистического анализа полученных данных. Анкета была выполнена в электронной форме и включала 14 пунктов с предлагаемыми вариантами ответов.

Для исследования было опрошено 110 выпускников 2022 года и их родителей. Также в опросе приняли участие 14 работодателей. Опрос работодателей, выпускников и их родителей проводился с целью выявления их представлений о необходимых качествах и навыках, которыми должны обладать специалисты, которые уже получили среднее профессиональное образование и вышли на рынок труда с целью поиска места работы.

По результатам опроса, работодатели по сравнению с выпускниками в большей степени ожидают от выпускников повышенных мотивационных установок, целенаправленного стремления к профессиональному росту, быстрому умению адаптироваться в нестандартных ситуациях. У выпускников этот параметр присутствует, но менее выражен (рис.1).

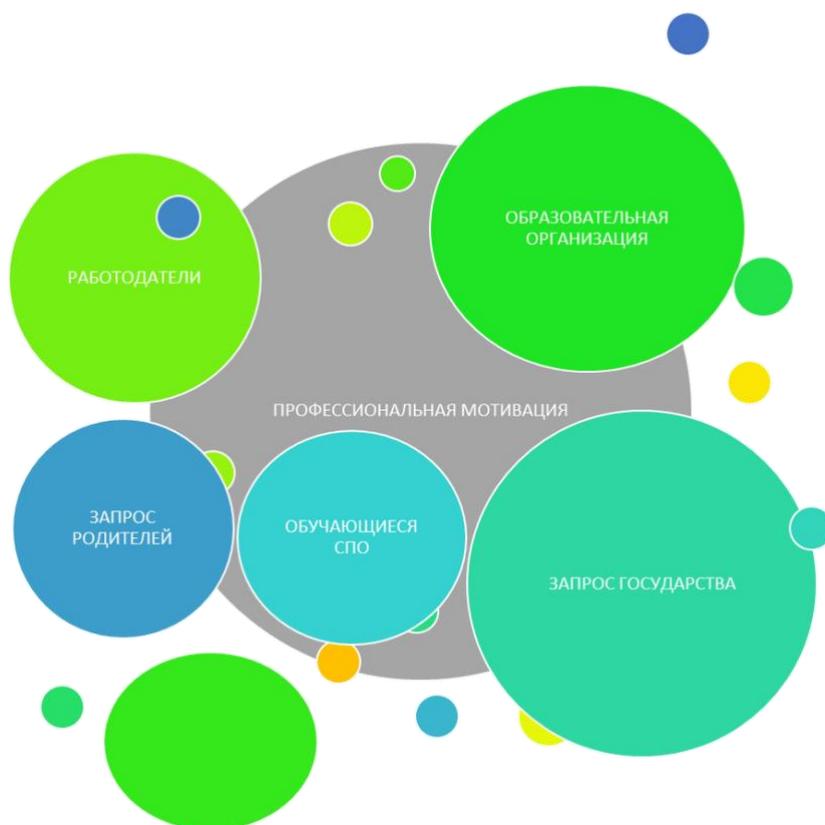


В настоящее время в результате постоянных изменений в современном мире, постоянно изменяются и повышаются требования работодателей к будущим специалистам. При этом работодатели предпочитают взять на работу специалиста, который уже обладает необходимыми навыками. При этом неудачи при трудоустройстве у выпускников приводят к снижению мотивации к профессии и поиску работы не по профессии. Поэтому при управляемом процессе формирования профессионального становления выпускников необходимо привлекать работодателей. Изменения в современном мире приводят к появлению новых требований к качеству образования и подготовке будущих специалистов.

Среди перечня указаний Президента РФ обозначена задача осуществления внедрения программы модернизации образовательных организаций, которые реализуют образовательные программы СПО, в целях нивелирования дефицита квалифицированных рабочих кадров. [1] Исходя из вышесказанного, следуют и изменения в подготовке

специалистов, то есть необходима перестройка процесса обучения и мотивационной составляющей профессионального становления, в частности. В результате предлагается следующая схема взаимодействия всех участников в построении управляемого процесса формирования профессионального самоопределения и мотивации (рис. 2)

РИСУНОК 2



Важно, чтобы выпускники СПО не только освоили необходимые общие и профессиональные компетенции, но и имели потребность в постоянном их совершенствовании, в постоянном развитии своих умений, знаний и навыков. Этому результату можно достичь только путем становления устойчивой профессиональной мотивации, формируемой совместными усилиями всех участников данной комплексной модели (рис.2).

Таким образом, получается, что профессиональная мотивация - это управляемая психолого-педагогическая деятельность, включающая диагностику, мониторинг, оказание психолого-педагогической помощи в период адаптации, проведение циклов тренингов на развитие необходимых качеств будущего выпускника, создание модели взаимодействия с предприятиями и учреждениями города.

Проблема управления качеством образования на уровне СПО начала усиленно разрабатываться в последние годы. Ответственность за качество подготовки специалистов, возложенная на образовательные учреждения Законом РФ «Об образовании» [2], вызывает

потребность в эффективном управлении качеством профессионального образования и профессионального становления именно на уровне образовательного учреждения.

Для достижения данной цели предлагается создание программы управляемого процесса формирования профессионального самоопределения и мотивации. В данной статье представлена дорожная карта разработки данной программы.

№	Вид работы	Результат	Срок
1.	Формулировка продукта исследования	Продукт исследования	<i>Апрель 2022</i>
2.	Составление плана исследования	План исследования	<i>Апрель 2022</i>
3.	Проектирование содержания выпускной квалификационной работы (ВКР)	Проспект ВКР	<i>Май 2022</i>
4.	Проведение опроса обучающихся, родителей и работодателей	Форма и результаты опроса	<i>Май 2022</i>
5.	Выявление составляющих профессиональной мотивации и самоопределения (психологический блок)	Выявление составляющих и поэтапного плана формирования	<i>Июнь 2022</i>
6.	Составление диагностического инструментария в целях мониторинга продвижения по этапам формирования профессионального самоопределения и мотивации	Диагностический инструментарий	<i>Июнь 2022</i>
7.	Создание исследовательской группы	Исследовательская группа	<i>Июль 2022</i>
8.	Подготовка к публикации материалов об актуальности исследования	Материалы (к публикации) о теоретических основах объекта исследования	<i>Июль 2022</i>
9.	Начало апробации на 1 курсе «Поварское и кондитерское дело» и знакомство обучающихся и родителей с программой	Запуск программы	<i>Сентябрь 2022</i>
10.	Проведение комплексной диагностики	Материалы диагностики	<i>Октябрь 2022</i>
11.	Анализ результатов первичной диагностики	Результаты диагностики	<i>Ноябрь 2022</i>
12.	В конце 1 семестра - анализ результатов и их соответствие запланированным результатам	Степень эффективности модели	<i>Декабрь 2022</i>
13.	Знакомство всех участников со вторым блоком программы	Начало реализации второго блока модели	<i>Январь 2023</i>
14.	Подготовка к диагностике после 2 семестра	Готовый диагностический инструментарий	<i>Февраль 2023</i>
15.	Проведение опроса родителей	Мнение родителей об эффективности данной программы	<i>Май 2023</i>
16.	Проведение опроса обучающихся из экспериментальной группы	Мнение обучающихся об эффективности данной программы	<i>Июнь 2023</i>
17.	Проведение диагностики 2 семестра	Степень эффективности модели	<i>Июнь 2023</i>

№	Вид работы	Результат	Срок
18.	Проведение опроса работодателей	Мнение работодателей об эффективности данной программы	<i>Сентябрь 2023</i>
19.	Анализ эффективности данного механизма создания программы по профессиональному самоопределению и мотивации и сопоставление с критериями эффективности, закрепленными в нормативно-правовых актах	Оценка эффективности программы по результатам 1 учебного года	<i>Октябрь 2023</i>

Таким образом, в данной статье показана актуальность темы формирования профессионального самоопределения и становления у обучающихся среднего профессионального образования, а также предложена дорожная карта формирования программы для организации такого управляемого процесса в образовательной организации с участием всех заинтересованных сторон.

Список литературы:

1. Постановление от 26 декабря 2017 г. № 1642 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Развитие образования до 2025 года”», которая вступила в силу с 1 января 2018 г.
2. Федеральный закон РФ «Об образовании в Российской Федерации», № 273-ФЗ, ст. 68

Гупало Татьяна Ивановна
преподаватель кафедры общего фортепиано,
Почётный работник среднего профессионального образования РФ
Белгородский государственный институт искусств и культуры
Россия, г. Белгород

Евсеева Марина Александровна
методист кафедры общего фортепиано
Белгородский государственный институт искусств и культуры
Россия, г. Белгород

ФОРТЕПИАННОЕ ТВОРЧЕСТВО БЕЛЫ БАРТОКА

(КРАТКИЙ ОБЗОР ПЬЕС)

Аннотация. Данная статья посвящена фортепианному творчеству венгерского композитора Белы Бартока. Основное содержание статьи посвящено обзору фортепианных пьес композитора: крупной формы (сонатина), произведений малой формы.

Annotation. This article is devoted to the piano work of the Hungarian composer Bela Bartok. The main content of the article is devoted to the review of the composer's piano pieces: large form (sonatin), works of small form.

Ключевые слова: композитор, произведение, музыкальный язык, мелодическая линия, гармония, упругий ритм, народный фольклор, использование, танец, характер, тональность.

Key words: composer, work, musical language, melodic line, harmony, elastic rhythm, folklore, use, dance, character, tonality.

Произведения выдающегося венгерского композитора Белы Бартока поражают силой интеллекта, глубиной и сдержанностью чувств, благородством вкуса. Новаторская сущность музыкального языка композитора проявилась не только в его камерных и оперно-симфонических произведениях, но и в фортепианной музыке. Для Бартока сочинение музыки для фортепиано являлось необходимой проверкой правильности многих новых идей и решений.

Музыка Бартока без труда узнаётся по рельефным мелодическим линиям, смелым гармониям, остроте и упругости ритма, необычным ладовым сочетаниям, близким венгерскому народному фольклору. Для его произведений обычным является использование ритмов народной музыки с их переменчивой структурой, а также

полиритмическое развитие с характерными для композитора ритмами-мотивами. Ритм и контрапункт считаются основными носителями индивидуального стиля Бартока.

В использовании многоголосия Барток не следовал по пути венгерского фольклора, так как венгерские песни по своей природе одноголосны, они имеют выразительные мелодии, специфические ритмы, импровизационное строение.

Произведения Бартока чрезвычайно ценны в педагогическом отношении и используются в педагогическом процессе.

В основу «Сонатины» положены румынские народные напевы. Она состоит из трёх небольших частей, лаконичных по развитию. Музыка первой части бодрая, оптимистичная, гармонии ясные, в ритме большую роль играют синкопы. В остинатном сопровождении слышится звучание волынки. Вторая часть – шуточный свадебный танец – контрастирует крайним частям сонатины.

В третьей части использованы два подлинных танцевальных напева: первый из них – турецкий танец с синкопированным ритмом, второй – народный танец «Babalensa». Темп очень быстрый, но с гибкими темповыми отклонениями.

«Два румынских танца» – более сложны, по сравнению с сонатиной.

Первый танец – энергичный с широким динамическим диапазоном звучания, обладает большой силой воздействия на слушателей, чему способствует яркость тематического материала, пружинистый ритм, вариативное повторение четырёхтактного мотива. Контрастная тема средней части речитативно-импровизационного характера излагается на фоне фигурационного сопровождения. Реприза проходит с постоянным динамическим нарастанием звучания.

Второй танец скерцозного характера, напоминает деревенский танец. Ритмический рисунок и смена контрастной динамики должны быть ясно выявлены. Большой трудностью при исполнении является движение двойными нотами в партии левой руки, которые следует играть чередованием штрихов *staccato* – *legato*.

«Три народные венгерские песни» для фортепиано составляют небольшую сюиту. Впервые были напечатаны в 1942 году в мемориальном альбоме памяти И. Падеревского. Пьесы отличаются изысканными мелодиями и поэтичной гармонизацией. Первая пьеса написана в речитативно-песенном стиле со свободным ритмом. Тема её орнаментирована, что характерно для вокальной колоратуры, старинных венгерских крестьянских песен. Последняя пьеса написана в стиле со строгим танцевальным ритмом.

В «Трёх бурлесках» проявляется новая сторона дарования Бартока – его юмор. В первой пьесе с названием «Спор» можно услышать темпераментный диалог собеседников. Пьеса построена на разработке унисонных фигураций в темпе *Presto*. Средняя часть

контрастирует крайним напевными интонациями. Оригинально звучат арпеджированные аккорды, сопровождаемые квартольной фигурацией.

Вторая бурлеска имеет авторское название «Немного навеселе». Тема напоминает деревенскую шуточную песню, изложена аккордами. В партии левой руки звучат хроматизированные аккордовые форшлагги, подчёркивающие диатоничность основной темы. Штрихи и акценты на слабых долях подчёркивают шутовское настроение.

В том же характере написана и последняя бурлеска. Своеобразные метроритмические сопоставления, острые гармонии бурлесок предвосхищают более поздний стиль техники композитора.

Более сложна для исполнения «Сюита», соч.14, состоящая из четырёх частей: Allegretto, Scherzo, Allegro molto, эпилог в темпе Sostenuto. Первая часть танцевального характера, вторая часть создаёт настроение настороженного ожидания. Основная тема этой части представляет собой стремительное движение четырёхтактных фигураций, построенных на увеличенных трезвучиях. Темы эпизодов контрастны с интонациями речитативного характера.

Интонационные образы третьей части навеяны восточной музыкой. Здесь композитор часто использует остинатные фигуры, воспроизводящие звучание народных ударных инструментов. Эта часть наполнена тревогой и напряжённостью.

Последняя часть сюиты проникнута грустно-созерцательным настроением. Призрачное звучание завершает всю сюиту.

Цикл «Четырнадцать багателей» наиболее полно и разносторонне выявляет направленность творчества Бартока раннего периода. В этих пьесах композитор экспериментирует, используя ранее неизвестные средства выразительности, имеющие большую художественную ценность.

Первая багатель напевна и выразительна, строится на политональном сопоставлении двух контрапунктических линий: одна из них, в партии правой руки звучит в до-диез миноре, другая, в партии левой руки, с остинатным движением в тональности до минор.

Во второй багатели с темой шутовского характера на фоне повторяющейся большой секунды звучит острогротескная тема.

В третьей пьесе выразительную песенную мелодию обрамляет фигурация из пяти нот, не меняющаяся на протяжении всей пьесы.

Четвёртая багатель – подлинная старинная венгерская песня, гармонизованная в стиле хорала.

Пятая пьеса – на тему детской словацкой песни, представляет собой скерцо. Мелодия звучит беззаботно и весело, сопровождаемая лёгким, ритмически подчёркнутым движением септаккордов.

В шестой багатели – спокойное и созерцательное настроение создаётся медленным темпом и выразительной мелодией, гармонизованной скурым аккордовым сопровождением.

Импровизационная мелодия седьмой багатели имитирует свободный наигрыш пастушьей флейты. При исполнении этой пьесы очень трудно передать капризную игру ритмов и темпов, подчёркивающую танцевальный характер фактуры.

Характерное гармоническое движение в восьмой багатели основано на хроматическом сползании сложных аккордов. Большую роль играют интервалы малых секунд, кварт, септим и нон.

Девятая пьеса характеризуется свободным рисунком с унисонной мелодией в быстрых перехватах рук.

В десятой багатели композитор вновь применяет политональность, сопоставляя одновременное звучание до мажора и фа-диез мажора. В этой пьесе ясно слышны своеобразные интонации и живые переменные ритмы народной музыки.

В одиннадцатой багатели композитор всё время видоизменяет характер движения и самих тем. Границы этих изменений указаны метроритмически точно. Эта пьеса отличается радостным настроением со своеобразной игрой пауз.

Двенадцатая багатель самая интересная в этом цикле. Мелодия этой пьесы причудливо изысканная со сложной гармонизацией. Это впечатление создаётся педализацией, указанной автором, где композитор применяет редкий приём быстрого повторения одной ноты на *crescendo* и *accelerando*. Характер звучания сходный со звучанием волынки.

Тринадцатая пьеса – задумчиво-сосредоточенная, напоминает траурный гимн. Элегическая тема поддерживается минорными тянущимися трезвучиями.

Завершает цикл четырнадцатая багатель, проходящая в быстром темпе. Это вальс, поражающий слушателя виртуозным звучанием.

Багатели знаменуют собой конец раннего периода творчества Бартока, во время которого он находил новые приёмы своей фортепианной техники. Этот цикл оказал влияние на многих композиторов – современников Бартока. Яркая образность, необычные гармонии и интересная техника делают багатели не только высокохудожественными пьесами для концертного исполнения, но и неоценимым подспорьем в педагогическом процессе.

Список литературы:

1. Вопросы фортепианной педагогики. Сборник статей под общей редакцией В. Натансона «Музыка», Москва, 1971.
2. Нестьев И.В. Бела Барток. Монография. – М.: Музыка, 1969. – 800 с.
3. Х. Стивенс Жизнь и музыка Б. Бартока. – Нью-Йорк, издание Оксфордского университета, 1953.

*Ставцева Диана Рудольфовна
студент, Севастопольский государственный университет,
Россия, г. Севастополь*

*Кечхуашвили Анна Николаевна
преподаватель, Севастопольский государственный университет,
Россия, г. Севастополь*

*Тяллева Ирина Алексеевна
канд. педаг. наук, доцент, Севастопольский государственный университет,
Россия, г. Севастополь*

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ УЧАЩИХСЯ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Аннотация. В статье рассматривается лингвокультурологическая компетенция как одна из важных целей обучения иностранному языку в школе. Анализ научно-педагогической литературы и результаты экспериментального исследования позволили определить наиболее эффективные способы формирования лингвокультурологической компетенции. Подчеркнута важность использования лингвокультурологических реалий в процессе обучения иностранным языкам в школе.

Abstract. Linguocultural competence as an important goal of teaching foreign languages in primary and secondary school is discussed. Due to the analysis of scientific and pedagogic works and the results of scientific experiment, the most effective methods of linguocultural competence formation were defined. The importance of using linguocultural realia in teaching foreign languages in school is underlined.

Ключевые слова: лингвокультурологическая компетенция; лингвокультурологическая реалья; обучение иностранному языку.

Keywords: linguocultural competence; linguocultural realia; teaching foreign languages.

Одной из целей, которые необходимо достичь при обучении иностранному языку, является формирование лингвокультурологической компетенции обучающихся, которая связана с приобретением лингвистических, страноведческих и культурологических знаний.

В процессе формирования лингвокультурологической компетенции на уроках иностранных языков ставятся следующие задачи:

- развивается интерес учеников к культурному и историческому контексту традиций стран изучаемого языка;
- обучающиеся учатся понимать лингвистическое и культурное значение слов;
- обогащается их лексический запас.

Специальные исследования компетентности и компетентностного подхода в образовании проводились как отечественными и зарубежными учеными: Р. Глейзер, И. А. Зимняя, Е. Ф. Зеер, Н. В. Кузьмина, А. К. Маркова, М. А. Холодная, С. А. Хазова, А. В. Хуторской, С. Е. Шишов, и другие.

Обучение новому языку направлено на формирование способности к межкультурной коммуникации, т.е. способности, предоставляющей возможность человека осуществить общение в рамках диалога культур.

Лингвистическое образование сегодня одновременно личностную и межкультурную ориентацию. Иностранный язык выступает инструментом, позволяющим как осознать свою национально-культурную принадлежность, так и проникать в культуру страны изучаемого языка, сравнивая ее с культурным контекстом своей страны.

Одной из основных целей лингвистического образования является формирование иноязычной коммуникативной компетенции, владение которой предполагает «формирование у обучающихся способности к созданию общего с собеседником значения происходящего» [1, с. 205]. Несмотря на некоторую разницу в определении и раскрытии структуры данного понятия, исследователи сходятся во мнении о наличии языковой, речевой, прагматической, стратегической, дискурсивной и социокультурной субкомпетенций. Включение в состав ИКК социокультурного аспекта предполагает становление инокультурно-ориентированной личности.

Однако, в современной лингводидактике процесс обучения иностранному языку, основанному на реализации лингвокультурологического подхода, предполагает формирование компетенции, включающей и знания о культурном контексте, отраженном в национальном языке, что указывает на обоснованность использования термина «лингвокультурологическая компетенция».

Анализ существующих определений понятия «лингвокультурологическая компетенция», указывает их многообразие и отмечает интегративный характер термина, включающей в себя лингвистический, культурологический и компетентностный компоненты (М.С. Бирюкова, В. Н. Телия, В.В. Воробьев, Л.А. Городецкой, Е.А. Дортман, Н.Ф. Алефиренко, и др.).

В данном исследовании лингвокультурологическая компетенция трактуется как: осознание языка как формы выражения национальной культуры, взаимосвязи языка и истории народа, национально-культурной специфики языка, владение нормами речевого этикета, культурой межнационального общения.

Цели обучения иностранному языку в школе включают: развитие речевой, социокультурной, учебно- познавательной, языковой компетенции; повышение интереса к

изучению иностранного языка; формирование универсальных учебных действий; формирование навыков работы с тестовым материалом.

ФГОС второго поколения наряду с результатами учебного процесса предполагает также: социализацию; расширение общего лингвистического кругозора, также развитие познавательной, эмоциональной и волевой сфер; освоение правил речевого поведения и лингвистических представлений, которые нужны для овладения устной речью на иностранном языке.

Анализ научно-педагогической литературы, педагогического опыта учителей, а также результаты проведенного исследования позволили выделить следующие эффективные способы (методы, технологии и приемы) формирования лингвокультурологической компетенции.

Основой успешного формирования данной компетенции является использование интересного, доступного по содержанию фактологического материала, связанного с культурой страны изучаемого языка, иными словами, использование культурных реалий. Такой материал может быть представлен текстом (сказка, рассказ, статья, информационное сообщение), графическим изображением (картинкой, картой, схемой) и др.

Рассмотрим возможные виды работы с текстом лингвострановедческого содержания.

Данная работа является важным этапом в обучении иностранному языку и имеет различные формы: чтение, перевод, выбор информации, поиск ответов на вопросы, анализ содержания и тематики текста. Обязательным в работе над текстом является контроль понимания его содержания. Для этого используются следующие виды заданий:

- ответы на вопросы по содержанию текста (вопросы могут предлагаться авторами учебного пособия или разрабатываться учителем);
- одновременная работа с текстом и географическими картами или другим наглядным материалом;
- пересказ;
- работа с лексикой текста. При работе с вокабуляром возможно использование различных упражнения («true or false», подстановочные, перефразирование, упражнения на продолжение предложения и другие). Отдельное внимание нужно уделить новым словам: географическим названиям, именам исторических персонажей, новым понятиям. Учитель может подготовить мини- презентацию некоторых понятий, требующих дополнительного объяснения, кроме того, он может стимулировать самостоятельность обучающихся, предложив им найти некоторые слова самостоятельно в словаре.

Работа с графической информацией способствует развитию коммуникативности учащихся, позволяет обогащать и закреплять знания лексических единиц языка, совершенствовать навыки анализа и синтеза увиденного, развивать воображение. Любая социокультурная информация подкрепляется наглядностью. Картинки и рисунки используются как при введении нового материала, так и при проверке и закреплении пройденного. На картинках могут быть представлены достопримечательности города или страны, известные люди, флаги, гербы, природа страны изучаемого языка, животные, сцены из бытовой жизни.

Работа с географическими картами способствует развитию логического, пространственного мышления и воображения, необходима для изучения тем страноведческого характера. Например, изучение темы «Великобритания» сопровождается представлением карты страны, где обозначены ее части, границы, расположение рек, гор, названия графств и городов. Карты используются при изучении исторических событий. Учащиеся могут самостоятельно использовать карту при чтении текста, одновременно находить объекты на карте. Кроме того, карты могут составляться самими обучающимися (они могут наносить на них информацию, которая им нужна, а затем пользоваться этой картой).

Работа с реалиями (знаками и символами культуры) используется на различных этапах изучения темы: в начале или при ее завершении. Важную роль играет развивающий аспект – способность к догадке, сравнению, сопоставлению, к выявлению причинно-следственных связей, к формулированию выводов из прочитанного и услышанного. Каждый национальный символ сопровождается историей возникновения или легендой, которые вызывают у учащихся неподдельный интерес. Учащиеся сами находят информацию или, анализируя текст или сообщение, определяют символы культуры. Задания на сравнение символов культуры двух иноязычных стран или символов русской и иноязычной культуры позволяют сделать выводы о сходстве и различии культур, воспитывают толерантность к другим культурам и патриотическое отношение к своей стране.

Таким образом, формирование лингвокультурологической компетенции на уроках иностранного языка является важным аспектом образовательного процесса по иностранному языку и происходит в основном посредством сообщения информации лингвострановедческого характера.

Список литературы:

1. Дортман, С.Р. Обучение лингвокультурологической компетенции учащихся средних профессиональных образовательных учреждений: дис.

... канд. пед. наук: 13.00.02 / Дортман Светлана Рубиновна. – Пятигорск, 2012. – 157 с.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА РАСКРАШИВАНИЯ ИЗОБРАЖЕНИЙ С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ

Аннотация: Данная статья предлагает реализацию процесса раскрашивания черно-белых изображений с использованием нейронных сетей и машинного обучения. Рассмотрены характерные особенности нейронных сетей. Проанализированы процессы машинного обучения. Разработана общая архитектура системы, выделены основные функции системы и распределены обязанности приложений системы. В результате выполнения всех вышеописанных действий был реализован прототип программы, в основу которого лег процесс автоматизации раскрашивания черно-белых изображений.

Annotation: This article proposes a solution to the process of coloring black and white images using neural networks and machine learning. The characteristic features of neural networks are considered. Processes of machine learning are analyzed. The general architecture of the system has been developed, the main functions of the system have been identified, and the responsibilities of the system applications have been distributed. As a result of all the above actions, a prototype of the program was implemented, which was based on the process of automating the coloring of black and white images.

Ключевые слова: автоматизация, нейронные сети, свертываемые нейронные сети, машинное обучение, приложение, ООП.

Keywords: automation, neural networks, convolutional neural networks, machine learning, application, OOP.

Введение

В современном мире широко распространено использование обработки изображений для решения различных задач автоматического контроля, управления и измерения. При решении подобных задач зачастую используются нейронные сети. Для данной работы было принято решение сделать прототип приложения, которое будет решать задачу автоматизации процесса раскрашивания черно-белых изображений при помощи обучаемой нейросети. Основная цель работы была сформулирована следующим образом: создать прототип клиент-серверного приложения, способного переводить изображение из черно-белого формата в цветной с использованием искусственного интеллекта, а затем сохранять результат базу данных.

Данная цель была разбита на следующие задачи:

- изучить теорию нейронных сетей и глубокого обучения;
- изучить необходимые библиотеки машинного обучения;
- спроектировать модель нейронной сети и обучить её.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Создание системы для раскрашивания черно-белых изображений — сложный процесс, включающий в себя использование множество библиотек. Приложение необходимо разбить на функциональные модули, где у каждого есть своя роль и в конечном итоге соединить эти модули воедино. В процессе реализации приложение было решено разбить на три основных модуля:

- мобильное приложение;

Реализация приложения для данной статьи была выполнена на платформе Android. Для работы с платформой Android была использована интегрированная среда разработки Android Studio. Выбор обуславливается тем, что эта среда:

- специально предназначена для разработчиков Android;
- позиционируется непосредственно как замена Eclipse3 (в связи с чем рекомендован переход с Eclipse);
- обладает более удобным для работы над мобильным приложением интерфейсом;
- быстрее обновляется и развивается;
- встроенный эмулятор.

Чтобы разработать приложение необходимо использовать только Android SDK. Поэтому официальная IDE идеально подходит для реализации данного проекта. В качестве языка программирования был выбран язык Java. Выбор был сделан в пользу данного языка, так как он является полностью объектно-ориентированным. Это даёт возможность реализовать достаточно сложную систему классов, описывающую все объекты, участвующие в работе приложения. Так как основная работа приложения заключается в работе нейронной сети, необходимо определить, какой язык программирования будет наиболее оптимальным в решении этой задачи. Python считается первым в списке языков программирования для разработки искусственного интеллекта благодаря своей простоте. Синтаксис Python достаточно прост и может быть легко изучен.

Использование Python занимает меньше времени на разработку по сравнению с использованием

других языков программирования, таких как Java, C++, Ruby. Также для Python 2.1 есть множество библиотек, которые облегчают разработку нейронной сети для данной ВКР

- нейронная сеть.

При раскрашивании изображений основной целью является получение цветного

изображения с использованием входного изображения в оттенках серого. Данная задача является сложной, поскольку она является мультимодальной — одно изображение в оттенках серого может соответствовать многим правдоподобным цветным изображениям. В большинстве случаев традиционные модели полагаются на значительное вмешательство пользователя. Поэтому было принято решение использовать глубокие нейронные сети, которые в последнее время демонстрируют значительный успех в задачах подобного рода и при этом способны переводить изображение от оттенков серого к цвету без дополнительного вмешательства человека. Этот успех может быть отчасти обусловлен их способностью собирать и использовать семантическую информацию при раскрашивании. Необходимо подчеркнуть, что семантическая информация играет важную роль в раскрашивании черно-белых изображений. Чтобы эффективно раскрасить любые изображения, система должна иметь информацию о семантической композиции сцены и её локализации. Например, цвет листьев на дереве весной может быть зеленым, но они могут быть коричневыми осенью. Именно поэтому во время разработки было отдано предпочтение в пользу подхода трансферного обучения. Это популярный подход в глубоком обучении, где предварительно обученные модели используются в качестве отправной точки для задач компьютерного зрения и обработки естественного языка. Такой подход учитывает обширные вычислительные и временные ресурсы, необходимые для разработки моделей нейронных сетей.

Именно поэтому в данной работе было решено использовать предобученную модель ResNet-18 с небольшими модификациями в качестве начального этапа обработки изображения. Данная нейронная сеть является одной из самых мощных глубоких нейронных сетей, которая добилась значительных результатов в решении задачи классификации ILSVRC 2015.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Создание любого приложения, как правило, начинается с выбора архитектурных решений и с проработки структуры программы. В самом начале необходимо определить, как будет работать программа и каким образом пользователь сможет с ней взаимодействовать. Для описания этого взаимодействия построена диаграмма вариантов использования, представленная на рисунке 1

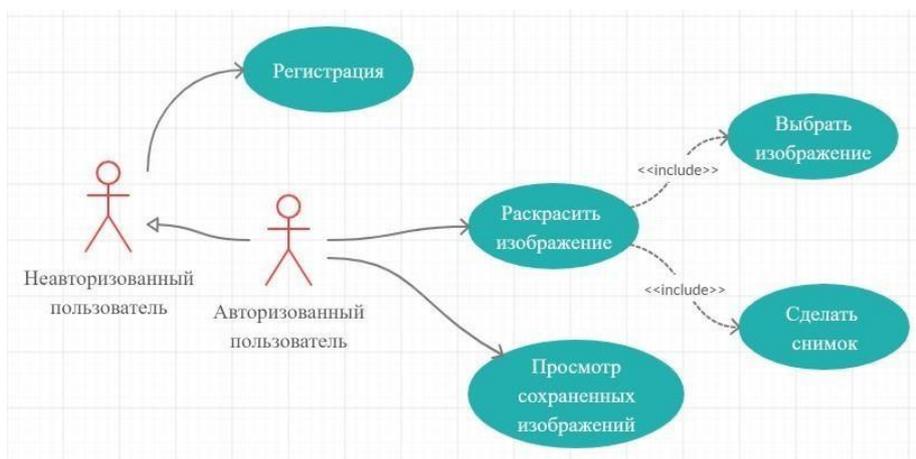


Рисунок 1. диаграмма вариантов использования приложения

Следующий этап разработки представляется необходимостью разбить приложение на основные модули, где каждый модуль выполняет определенный заложенный в него набор функций и взаимодействует с другим модулями посредством интерфейсов. Структуру приложения, представленную в виде блок-схемы, можно увидеть на рисунке 2

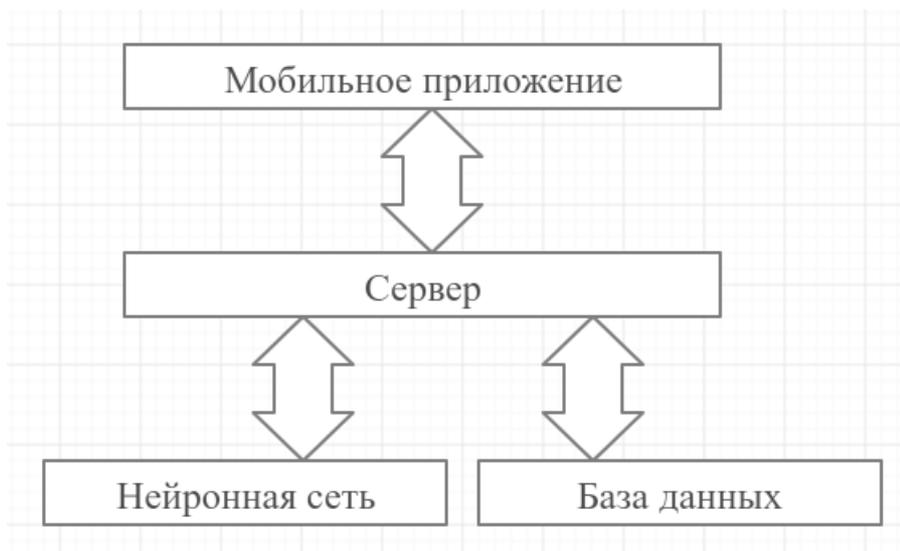


Рисунок 2 Структура приложения

Мобильное приложение представляет собой клиентскую часть приложения и отвечает за предоставление пользовательских интерфейсов. Клиентская часть обменивается данными с серверной частью посредством HTTP запросов.

Серверная часть предназначена для предоставления REST API клиентской части, а также для предоставления доступа к данным и их обработке.

Основным этапом в реализации данного приложения является настройка и обучение нейронной сети.

При раскрашивании изображений основной целью является получение цветного

изображения с использованием входного изображения в оттенках серого. Данная задача является сложной, поскольку она является мультимодальной — одно изображение в оттенках серого может соответствовать многим правдоподобным цветным изображениям. В большинстве случаев традиционные модели полагаются на значительное вмешательство пользователя. Поэтому было принято решение использовать глубокие нейронные сети, которые в последнее время демонстрируют значительный успех в задачах подобного рода и при этом способны переводить изображение от оттенков серого к цвету без дополнительного вмешательства человека. Этот успех может быть отчасти обусловлен их способностью собирать и использовать семантическую информацию при раскрашивании.

Необходимо подчеркнуть, что семантическая информация играет важную роль в раскрашивании черно-белых изображений. Чтобы эффективно раскрасить любые изображения, система должна иметь информацию о семантической композиции сцены и её локализации.

Например, цвет листьев на дереве весной может быть зеленым, но они могут быть коричневыми осенью. Именно поэтому во время разработки было отдано предпочтение в пользу подхода трансферного обучения.

Именно поэтому в данной работе было решено использовать предобученную модель ResNet-18 с небольшими модификациями в качестве начального этапа обработки изображения. Данная нейронная сеть является одной из самых мощных глубоких нейронных сетей, которая добилась значительных результатов в решении задачи классификации ILSVRC 2015.

Первый этап разрабатываемой нейронной сети заключается в использовании алгоритма для изменения цветовых каналов с RGB на Lab. L обозначает светлость, а *a* и *b* — цветовой спектр зелено-красный и сине-желтый. Как видно на рисунке 3 изображение, закодированное в Lab, имеет один слой в оттенках серого и упакованных три цветовых слоя в два. Это означает

возможность использования исходного изображения в градациях серого в окончательном прогнозе. Нужно только два канала для прогнозирования.



Рисунок 3. Структура изображения в формате Lab

Окончательный прогноз будет выглядеть следующим образом (рис.4). На вход подается слой серого для ввода, для него будет предсказываться два цветовых слоя, аb в Lab. Чтобы создать окончательное цветное изображение, необходимо добавить изображение L, которое использовалось для ввода, в два выходных слоя, таким образом, создав изображение Lab.

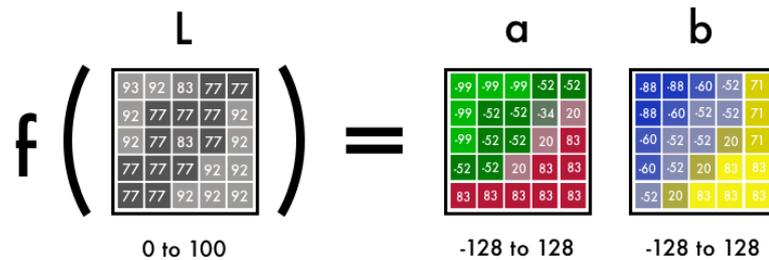
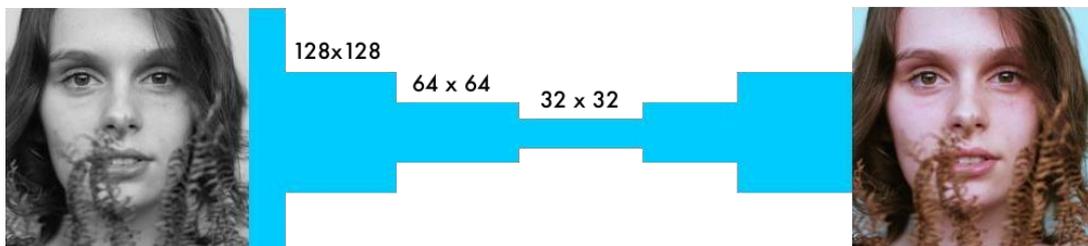


Рисунок 4. Схема получения окончательного прогноза

Необходимость преобразование одного слоя в два реализуется использованием сверточных фильтров. Каждый фильтр определяет, что человек видит на картинке. Они могут выделить или удалить что-то, чтобы извлечь информацию из картинки. Во время работы нейронная сеть находит

характеристики, которые связывают изображения в градациях серого с их цветными версиями. Сначала ищутся простые шаблоны: диагональная линия, все черные пиксели и т.д. Шаблон применяется к каждому квадрату и удаляются пиксели, которые не совпадают. При этом на

каждом слое есть фильтр три на три для сканирования каждого изображения, который, комбинируя новые девять пикселей с фильтрами более низкого уровня, позволяет **256x256**



обнаружить более сложные узоры

Рисунок 5. Изменение размера изображения в процессе работы нейронной сети

После нескольких шагов отфильтрованные изображения могут выглядеть примерно так, как показано на рисунке б.

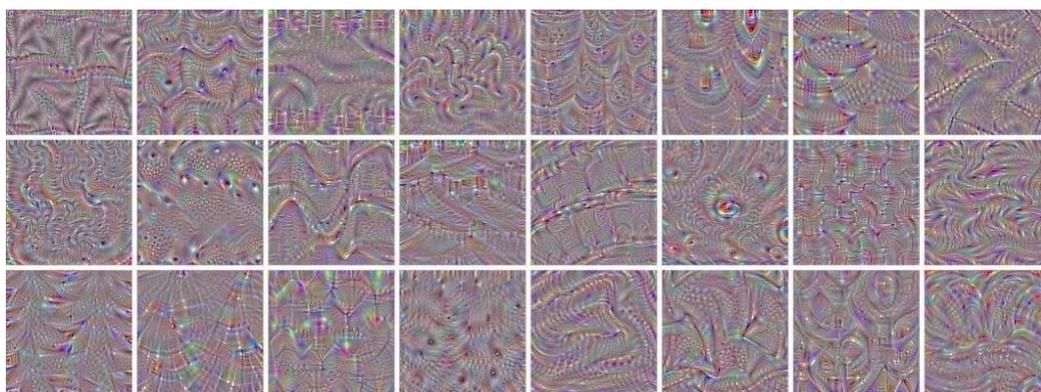


Рисунок 6. Отфильтрованные изображения

Окончательная версия нейронной сети для раскрашивания черно-белых изображений состоит из четырех компонентов. Сеть разделена на кодер и декодер. Между ними используются слои слияния.

Параллельно с кодировщиком входные изображения проходят через один из самых мощных на сегодняшний день классификаторов — ResNet-18, обученный на 1.2 миллионе изображений. На этом этапе извлекаются слои классификации и объединяются с выводом из кодировщика. Схему работы нейронной сети можно увидеть на рисунке 7.

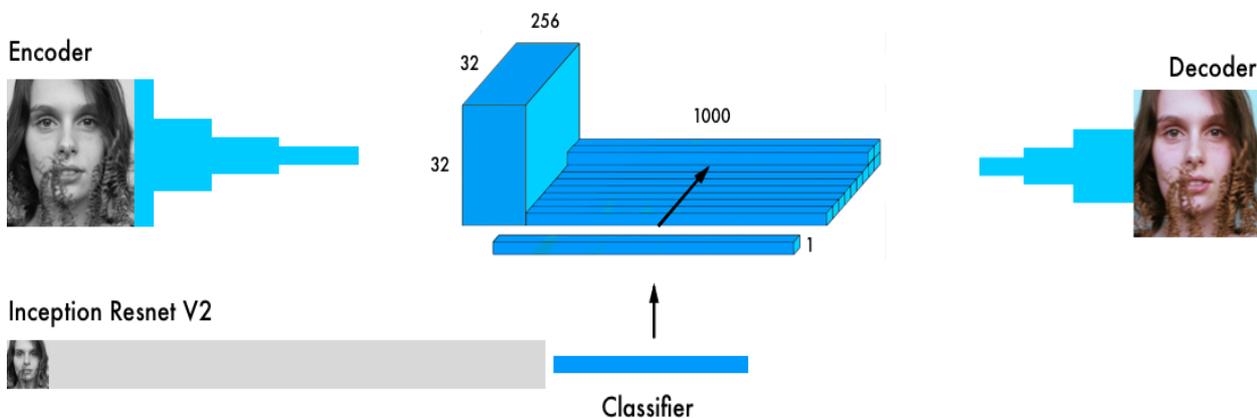


Рисунок 7. Схема работы нейронной сети

Обучение данной нейронной сети заключается в процессе настройки весов, то есть связей между нейронами для получения наилучшего результата. Перед передачей изображений непосредственно в нейросеть, они конвертируются из цветового пространства RGB в цветовое пространство Lab. Черно-белый слой — это вход, а два цветных слоя — это выход. Отображение прогнозируемых значений и реальных в одном и том же интервале дает возможность сравнивать их. Для отображения было решено использовать функцию активации Tanh. Любое значение, передаваемое в данную функцию, находится в интервале от -1 до 1.

Истинные значения цвета варьируются в интервале от -128 до 128, этот интервал по умолчанию в цветовом пространстве Lab. Если разделить их на 128, они также попадут в интервал от -1 до 1. Это позволяет сравнивать ошибку с прогнозом. Схему получения ошибки представлена на рисунке 8.

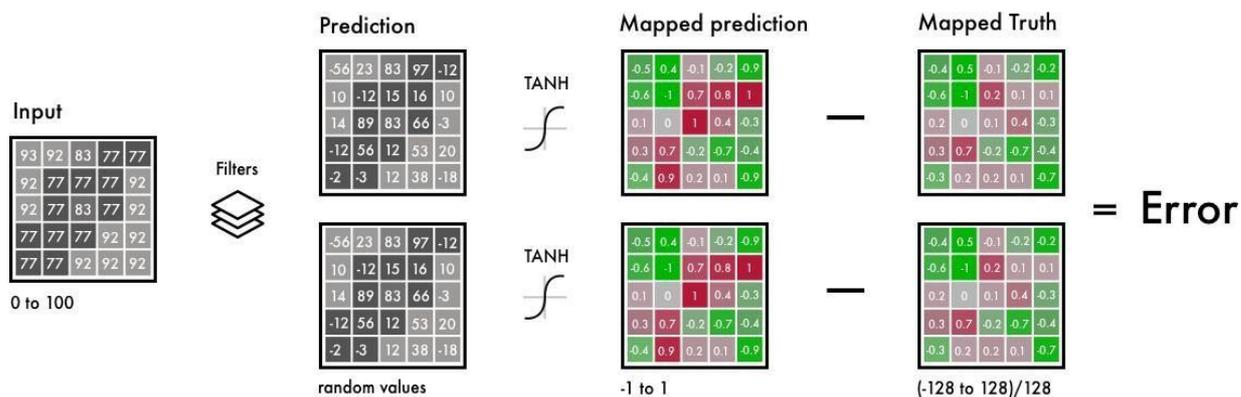


Рисунок 8. Схема получения ошибки

После расчета окончательной ошибки, сеть обновляет фильтры, чтобы уменьшить общую ошибку. Этот цикл продолжается, пока ошибка не станет настолько низкой, насколько это

возможно.

Весь процесс обучения занимает примерно 30 часов реального времени. По окончании обучения необходимо сохранить прогресс нейронной сети, загрузив веса, полученные во время обучения на домашний компьютер. Результат работы нейросети после обучения можно увидеть на рисунке 9.

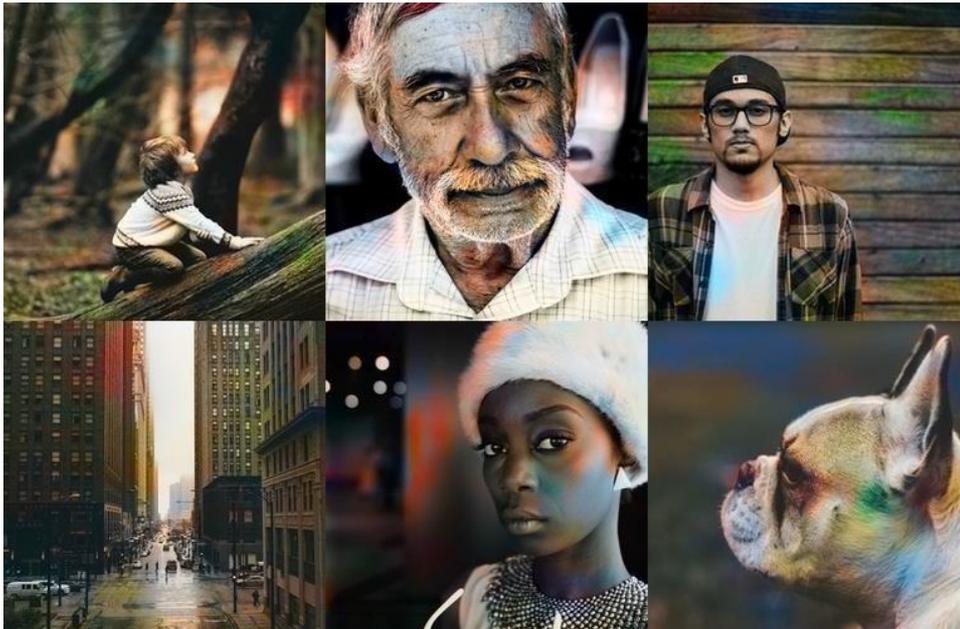


Рисунок 9. Результат работы нейронной сети

На заключительном этапе данной работы было спроектировано и реализованно приложение на платформе Android. (рис 10,11)

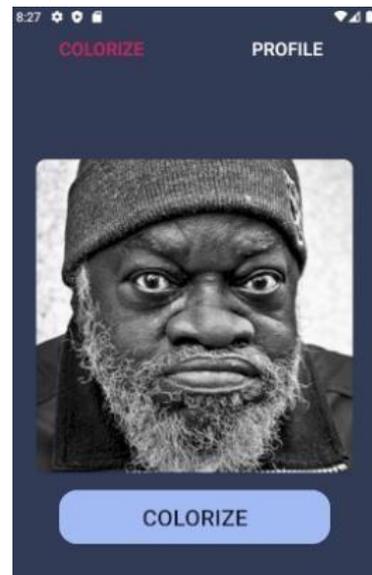
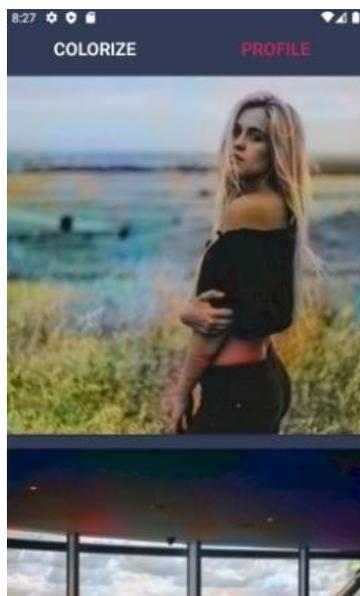


Рисунок 10. Главная страница приложения

Рисунок 11. Экран страницы пользователя приложения

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В представленной статье рассмотрен вопрос применения сверточных нейронных сетей и глубокого обучения для решения задачи автоматизации раскрашивания черно-белых изображений. В процессе выполнения работы было создано приложение, способное раскрашивать изображения в оттенках серого и сохранять полученный результат в базу данных сервера. Разработанное приложение адаптировано для смартфона под операционной системой Android. В ходе разработки системы были решены следующие задачи:

- была проанализирована предметная область и проблемы, которые возникают при создании систем такого рода;
- были проанализированы методы для раскрашивания изображений;
- разработана общая архитектура системы, выделены основные функции системы и распределены обязанности приложений системы;
- спроектирована и реализована программа.

Литература:

1. Джонс М.Т. Программирование искусственного интеллекта в приложениях /М.Т.Джонс–Москва: Москва, 2006. - 305 с.
2. Форсайт Д. Компьютерное зрение. Современный подход/Д.Форсайт–Киев:Вильямс,2004. - 928 с.
3. Паттерсон Д. Глубокое обучение с точки зрения практика / Д. Паттерсон, А. Гибсон –Санкт-Петербург: ДМК Пресс, 2018. – 418 с.
4. Джулли А. Библиотека Keras - инструмент глубокого обучения / А. Джулли – Санкт-Петербург: ДМК Пресс, 2017. – 294 с.
5. Осовский С. Нейронные сети для обработки информации / С. Осовский – Москва :Горячая линия – Телеком, 2016. – 448с
6. Хайкин С. Нейронные сети /С. Хайкин -Киев:Вильямс, 2006. - 1104 с.
7. Каллан Р. Основные концепции нейронных сетей / Р. Каллан– Киев: Вильямс,2001.- 286 с.

Оглавление	216
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	2
<i>Кузнецов Иван Александрович</i> ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫЕ КАЧЕСТВА УСПЕШНОГО ПОЛИГРАФОЛОГА	2
ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК	10
<i>Чэнь Иань</i> ДУХОВНЫЕ КАЧЕСТВА ЧЕЛОВЕКА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ	10
<i>Быков Иван Андреевич</i> «МЯГКАЯ СИЛА»: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ. ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ «МЯГКОЙ СИЛЫ» ВО ВТОРОМ ДЕСЯТИЛЕТИИ ХХІ ВЕКА	17
<i>Клычникова Анастасия Николаевна</i> ИСТОРИЯ ДОГОВОРА МЕЖДУНАРОДНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРОВ	22
<i>Демидов Александр Иванович, Калмыков Александр Викторович, Шевчук Виктор Кириллович</i> ХИМИЧЕСКОЕ МЕДНЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ СВИНЦОВО-ОЛОВЯННОГО СПЛАВА	28
<i>Сологуб Лилия Андреевна</i> ОТЛИЧИЕ ПОНИМАНИЯ ПРОГРЕССА П.Л. ЛАВРОВА ОТ «ФОРМУЛЫ ПРОГРЕССА» Н.К.МИХАЙЛОВСКОГО	34
<i>Бушуева Виолетта Олеговна</i> ВЛИЯНИЕ ЦВЕТОВЫХ РЕШЕНИЙ В АРХИТЕКТУРЕ НА ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕКА	40
<i>Соболева Мария Евгеньевна</i> АНОМИЯ – СОСТОЯНИЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА	44
<i>Уразова Лилия Мирхадовна</i> ЛЕКСИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОИЗВЕДЕНИЯ «КАПИТАНСКАЯ ДОЧКА» А.С. ПУШКИНА	50
<i>Соловьев Виталий Александрович</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ АОР «МД НП «КРАСНАЯ ЗВЕЗДА»	54
<i>Прокопюк Юлия Николаевна</i> ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	60
<i>Новосильцева Т.Н.</i> ЭТИМОЛОГИЯ И СЕМАНТИКА СЛОВА "НУРЕ" НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО КОРПУСА СОСА	64
<i>Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна</i> АЙДЕНТИКА И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ: ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ	72
<i>Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна</i> ВЗАИМОСВЯЗЬ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА И РЕКЛАМЫ КАК ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ	76
<i>Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна</i> ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ АНИМАЦИИ КАК ФЕНОМЕНА ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ	81
<i>Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна</i> ЗНАЧЕНИЕ ЦВЕТА В БРЕНДИНГЕ И МАРКЕТИНГЕ: КАК ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА ВЛИЯЕТ НА ВОСПРИЯТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ	89
<i>Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна</i> РОЛЬ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЛИЧНОСТНЫХ ПРОЦЕССАХ	93
<i>Бадзгардзе Екатерина Шмагиевна</i> ФУНКЦИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В ПРОЦЕССЕ ЭКОЛОГИЗАЦИИ ПРОБЛЕМ ПОТРЕБЛЕНИЯ ОБЩЕСТВА	98
<i>Мухамбеткалиева Айслу Гиляжевна</i> ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ЭТИКА В МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ	104
<i>Платицын Александр Сергеевич</i> МОСКОВСКИЙ ЗАВОД ФРАНЦУЗСКОЙ ФИРМЫ «ГНОМ И РОН»: ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ (ПО МАТЕРИАЛАМ РОССИЙСКИХ АРХИВОВ)	108
<i>Шубаев Нурлан Радиевич</i> СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АУТСОРСИНГА	112

<i>Напольских Д.Л., Опарина У.В.</i> ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ	118
<i>Бутмерчук Е.Б., Корендюк А.Ю.</i> МЕТОДЫ И СИСТЕМЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ, РАСПОЗНАВАНИЯ ОБРАЗА ИЗОБРАЖЕНИЙ И СИГНАЛОВ	128
<i>Хаяк Анастасия Валерьевна</i> СТРАТЕГИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ	133
<i>Хаяк Анастасия Валерьевна</i> АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ АО "МОЛОКО"	137
<i>Хаяк Анастасия Валерьевна</i> АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ АО «МОЛОКО»	145
<i>Хаяк Анастасия Валерьевна, Писарев Андрей Сергеевич, Сивограков Дмитрий Алексеевич</i> ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ	156
<i>Хаяк Анастасия Валерьевна, Писарев Андрей Сергеевич, Сивограков Дмитрий Алексеевич</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ	162
<i>Галкина Ирина Александровна, Шишкина Мария Андреевна</i> ДИДАКТИЧЕСКАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОЦЕНОЧНОЙ ЛЕКСИКИ ДЕТЕЙ СРЕДНЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА	167
<i>Пьянов А. А.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБНАРУЖЕНИЯ ПОЖАРА НА РАННИХ СТАДИЯХ РАЗВИТИЯ	178
<i>Гупало Татьяна Ивановна, Евсеева Марина Александровна</i> НАРОДНЫЕ ТРАДИЦИИ В ТВОРЧЕСТВЕ КОМПОЗИТОРОВ	182
<i>Пюннанен Леонид Павлович</i> РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА	186
<i>Мелентьева Анастасия Игоревна,</i> ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «DIVERSITÄT» В ДИСКУРСЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА	193
<i>Кузнецов Иван Александрович</i> ОБЪЕКТИВНОСТЬ ТРЕБОВАНИЙ ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫХ К СПЕЦИАЛИСТУ - ПОЛИГРАФОЛОГУ ПРИ ТРУДОУСТРОЙСТВЕ	201
<i>Фадеев А.С., Воркожиков И.И.</i> НЕОБХОДИМЫЕ УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ГОТОВНОСТИ СПОРТСМЕНА- ГИРЕВИКА ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ УПРАЖНЕНИЯ «ТОЛЧОК ГИРЬ ПО ДЛИННОМУ ЦИКЛУ»	212
<i>Непорожнев Александр Сергеевич, Непорожнева Анна Ивановна</i> СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ КАК ФАКТОР ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ МОЛОДЁЖИ	217
<i>Черкасов Михаил Дмитриевич</i> К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СТАДИИ ВОЗБУЖДЕНИЯ УГОЛОВНОГО ДЕЛА В РОССИЙСКОМ УГОЛОВНОМ ПРОЦЕССЕ	222
<i>Яровая Екатерина Владимировна</i> МОЖЕТ ЛИ ВЕБ БРАУЗЕР ЗАМЕНИТЬ ПРИЛОЖЕНИЕ НА ВАШЕМ СМАРТФОНЕ	227
<i>Яровая Екатерина Владимировна</i> БЕЗОПАСНОСТЬ В СЕТИ СО СТОРОНЫ КЛИЕНСКОЙ ЧАСТИ ПРИЛОЖЕНИЕ	230
<i>Яровая Екатерина Владимировна</i> ОПТИМИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ С ПОМОЩЬЮ ЭКОНОМИИ ПАМЯТИ	233
<i>Савинкова Анна Сергеевна</i> ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРАВООТНОШЕНИЙ С УЧАСТИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	236
<i>Сковронских Анна Андреевна</i> ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ РУССКОЯЗЫЧНОЙ РОК-МУЗЫКИ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК (НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ КИНО)	243
<i>Смирнова Диана Николаевна</i> УПРАВЛЯЕМЫЙ ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ И МОТИВАЦИИ У ОБУЧАЮЩИХСЯ СПО	249
<i>Гупало Татьяна Ивановна, Евсеева Марина Александровна</i> ФОРТЕПИАННОЕ ТВОРЧЕСТВО БЕЛЫ БАРТОКА (КРАТКИЙ ОБЗОР ПЬЕС)	254
<i>Ставцева Диана Рудольфовна, Кечхуашвили Анна Николаевна, Тяллева Ирина Алексеевна</i> ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ УЧАЩИХСЯ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ	259
<i>А.А.Касымов, Ю.М. Максимов, А.Ю. Тимошкин</i> АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА РАСКРАШИВАНИЯ ИЗОБРАЖЕНИЙ СПОМОЩЬЮ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ	264

