

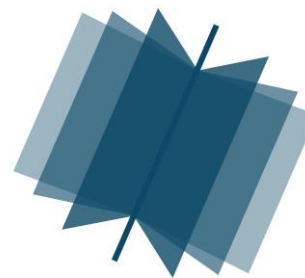
№ 8 (110) ▪ 2021
Часть 4 ▪ Август

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЖУРНАЛ**

INTERNATIONAL RESEARCH JOURNAL

ISSN 2227-6017 ONLINE

Екатеринбург
2021



Периодический теоретический и научно-практический журнал.
Выходит 12 раз в год.
Учредитель журнала: Соколова М.В.
Главный редактор: Меньшаков А.И.
Адрес издателя и редакции: 620137, г. Екатеринбург, ул.
Академическая, д. 11, корп. А, оф. 4.
Электронная почта: editors@research-journal.org
Сайт: www.research-journal.org
16+

**№ 8 (110) 2021
Часть 4
Август**

Дата выхода 17.08.2021
Цена: бесплатно.

Журнал имеет свободный доступ, это означает, что статьи можно читать, загружать, копировать, распространять, печатать и ссылаться на их полные тексты с указанием авторства без каких-либо ограничений. Тип лицензии CC поддерживаемый журналом: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0). Актуальная информация об индексации журнала в библиографических базах данных <https://research-journal.org/indexing/>.

Номер свидетельства о регистрации в Федеральной Службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: ЭЛ № ФС 77 - 80772.

Члены редколлегии:

Филологические науки:

Растягаев А.В. д-р филол. наук, Московский Городской Университет (Москва, Россия);
Сложеникина Ю.В. д-р филол. наук, Московский Городской Университет (Москва, Россия);
Штрекер Н.Ю. к.филол.н., Калужский Государственный Университет имени К.Э. Циолковского (Калуга, Россия);
Вербицкая О.М. к.филол.н., Иркутский Государственный Университет (Иркутск, Россия).

Технические науки:

Пачурин Г.В. д-р техн. наук, проф., Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева (Нижний Новгород, Россия);
Федорова Е.А. д-р техн. наук, проф., Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет (Нижний Новгород, Россия);
Герасимова Л.Г. д-р техн. наук, Институт химии и технологии редких элементов и минерального сырья им. И.В. Тананаева (Апатиты, Россия);
Курасов В.С. д-р техн. наук, проф., Кубанский государственный аграрный университет (Краснодар, Россия);
Оськин С.В. д-р техн. наук, проф., Кубанский государственный аграрный университет (Краснодар, Россия).

Педагогические науки:

Куликовская И.Э. д-р пед. наук, Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону, Россия);
Сайкина Е.Г. д-р пед. наук, Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена (Санкт-Петербург, Россия);
Лукьянова М.И. д-р пед. наук, Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н. Ульянова (Ульяновск, Россия);
Ходакова Н.П. д-р пед. наук, проф., Московский городской педагогический университет (Москва, Россия).

Психологические науки:

Розенова М.И. д-р психол. наук, проф., Московский государственный психолого-педагогический университет (Москва, Россия);
Ивков Н.Н. д-р психол. наук, Российская академия образования (Москва, Россия);
Каменская В.Г. д-р психол. наук, к. биол. наук, Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина (Елец, Россия).

Физико-математические науки:

Шамолин М.В. д-р физ.-мат. наук, МГУ им. М. В. Ломоносова (Москва, Россия);
Глезер А.М. д-р физ.-мат. наук, Государственный Научный Центр ЦНИИчермет им. И.П. Бардина (Москва, Россия);
Свиштунов Ю.А. д-р физ.-мат. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Россия).

Географические науки:

Умывакин В.М. д-р геогр. наук, к.техн.н. проф., Военный авиационный инженерный университет (Воронеж, Россия);
Брылев В.А. д-р геогр. наук, проф., Волгоградский государственный социально-педагогический университет (Волгоград, Россия);
Огурева Г.Н. д-р геогр. наук, проф., МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия).

Биологические науки:

Буланый Ю.П. д-р биол. наук, Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского (Саратов, Россия);
Аникин В.В. д-р биол. наук, проф., Саратовский государственный университет им. Н.Г.Чернышевского (Саратов, Россия);
Еськов Е.К. д-р биол. наук, проф., Российский государственный аграрный заочный университет (Балашиха, Россия);
Ларионов М.В. д-р биол. наук, доцент, ведущий научный сотрудник, Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева (Москва, Россия).

Архитектура:

Янковская Ю.С. д-р архитектуры, проф., Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет (Санкт-Петербург, Россия).

Ветеринарные науки:

Алиев А.С. д-р ветеринар. наук, проф., Санкт-Петербургская государственная академия ветеринарной медицины (Санкт-Петербург, Россия);
Татарникова Н.А. д-р ветеринар. наук, проф., Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени академика Д.Н. Прянишникова (Пермь, Россия).

Медицинские науки:

Никольский В.И. д-р мед. наук, проф., Пензенский государственный университет (Пенза, Россия);
Ураков А.Л. д-р мед. наук, Ижевская Государственная Медицинская Академия (Ижевск, Россия).

Исторические науки:

Меерович М.Г. д-р ист. наук, архитектуры, проф., Иркутский национальный исследовательский технический университет (Иркутск, Россия);
Бакулин В.И. д-р ист. наук, проф., Вятский государственный университет (Киров, Россия);
Бердинских В.А. д-р ист. наук, Вятский государственный гуманитарный университет (Киров, Россия);
Лёвочкина Н.А. к.ист.наук, к.экон.н. ОмГУ им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия);
Блейх Н.О. д-р ист. наук, Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л.Хетагурова (Владикавказ, Россия).

Культурология:

Куценков П.А. д-р культурологии, к.искусствоведения, Институт востоковедения РАН (Москва, Россия).

Искусствоведение:

Куценков П.А. д-р культурологии, к.искусствоведения, Институт востоковедения РАН (Москва, Россия).

Философские науки:

Петров М.А. д-р филос. наук, Института философии РАН (Москва, Россия);
Бессонов А.В. д-р филос. наук, проф., Институт философии и права СО РАН (Новосибирск, Россия);
Цыганков П.А. д-р филос. наук., МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия);
Лойко О.Т. д-р филос. наук, Национальный исследовательский Томский политехнический университет (Томск, Россия).

Юридические науки:

Костенко Р.В. д-р юрид. наук, проф., Кубанский государственный аграрный университет (Краснодар, Россия);
Мазуренко А.П. д-р юрид. наук, Северо-Кавказский федеральный университет в г. Пятигорске (Пятигорск, Россия);
Мещерякова О.М. д-р юрид. наук, Всероссийская академия внешней торговли (Москва, Россия);
Ерғашев Е.Р. д-р юрид. наук, проф., Уральский государственный юридический университет (Екатеринбург, Россия).

Сельскохозяйственные науки:

Важов В.М. д-р с.-х. наук, проф., Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет им. В.М. Шукшина (Бийск, Россия);
Раков А.Ю. д-р с.-х. наук, Северо-Кавказский федеральный научный аграрный центр (Михайловск, Россия);
Комлацкий В.И. д-р с.-х. наук, проф., Кубанский государственный аграрный университет (Краснодар, Россия);
Никитин В.В. д-р с.-х. наук, Белгородский научно-исследовательский институт сельского хозяйства (Белгород, Россия);
Наумкин В.П. д-р с.-х. наук, проф., Орловский государственный аграрный университет.

Социологические науки:

Замараева З.П. д-р социол. наук, проф., Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия);
Солодова Г.С. д-р социол. наук, проф., Институт философии и права СО РАН (Новосибирск, Россия);
Кораблева Г.Б. д-р социол. наук, Уральский Федеральный Университет (Екатеринбург, Россия).

Химические науки:

Абдиев К.Ж. д-р хим. наук, проф., Казахстанско-Британский технический университет (Алма-Аты, Казахстан);
Мельдешов А. д-р хим. наук, Казахстанско-Британский технический университет (Алма-Аты, Казахстан);
Скачилова С.Я. д-р хим. наук, Всероссийский Научный Центр По Безопасности Биологически Активных Веществ (Купавна Старая, Россия).

Науки о Земле:

Горяинов П.М. д-р геол.-минерал. наук, проф., Геологический институт Кольского научного центра Российской академии наук (Апатиты, Россия).

Экономические науки:

Лёвочкина Н.А. д-р экон. наук, к.ист.н., ОмГУ им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия);
Ламоттке М.Н. к.экон.н., Нижегородский институт управления (Нижний Новгород, Россия);
Акбулаев Н. к.экон.н., Азербайджанский государственный экономический университет (Баку, Азербайджан);
Кулиев О. к.экон.н., Азербайджанский государственный экономический университет (Баку, Азербайджан).

Политические науки:

Завершинский К.Ф. д-р полит. наук, проф. Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Россия).

Фармацевтические науки:

Тринеева О.В. к.фарм.н., Воронежский государственный университет (Воронеж, Россия);
Кайшева Н.Ш. д-р фарм. наук, Волгоградский государственный медицинский университет (Волгоград, Россия);
Ерофеева Л.Н. д-р фарм. наук, проф., Курский государственный медицинский университет (Курс, Россия);
Папанов С.И. д-р фарм. наук, Медицинский университет (Пловдив, Болгария);
Петкова Е.Г. д-р фарм. наук, Медицинский университет (Пловдив, Болгария);
Скачилова С.Я. д-р хим. наук, Всероссийский Научный Центр По Безопасности Биологически Активных Веществ (Купавна Старая, Россия);
Ураков А.Л., д-р мед. наук, Государственная Медицинская Академия (Ижевск, Россия).

ОГЛАВЛЕНИЕ

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ / PHILOLOGY

Бабина Л.В. КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ МНОГОЗНАЧНОСТИ СЛОЖНЫХ СЛОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКИХ СЛОЖНЫХ ЗООНИМОВ И ФИТОНИМОВ).....	6
Головущкина М.В., Воячек О.С. ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ INSTAGRAM, TWITTER И FACEBOOK).....	11
Горбунова Н.Н. СИСТЕМНЫЕ КОРРЕЛЯЦИИ АНГЛИЙСКИХ ТЕРМИНОВ МЕНЕДЖМЕНТА КАК ОТРАЖЕНИЕ КОМПЛЕКСНОЙ РЕЛЯЦИОННО-СЕМИОТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ РЕФЕРЕНТНОЙ СФЕРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕРМИНОВ ФИНАНСОВОГО, HR-МЕНЕДЖМЕНТА И МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ)16	
Грищенко А.С., Мамаева Д.М. ОСОБЕННОСТИ СЕРИЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В КИТАЕ	26
Демидова Е.Е. ПОНЯТИЙНЫЕ ПРИЗНАКИ КОНЦЕПТА <i>КОРОНА</i> ПЕРИОДА XVII – XIX ВЕКОВ.....	33
Дехнич О.В., Маркелова О.В., Шевченко О.Ю. ЭВФЕМИЗМЫ В ПРОИЗВЕДЕНИИ ДЖОРДЖА КАРЛИНА “WHEN WILL JESUS BRING THE PORK SNOPS?” И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК.....	38
Ефименко Н.А. СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ ЯНЬЮЙ, ОТРАЖАЮЩИХ РОЛЬ КУЛЬТУРЫ ПИТАНИЯ В КИТАЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ.....	46
Курченкова Е.А., Курченкова М.В. ПОЛИТИЧЕСКАЯ МИФОЛОГЕМА КАК СПОСОБ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА	49
Лебединская В.Г. ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ В ТВОРЧЕСТВЕ С.Н. МАКАРОВОЙ-ГРИЩЕНКО (НА ПРИМЕРЕ СБОРНИКА «УЮТНЫЙ ДВОРИК, ТИХОЕ ОКНО»)	53
Moiseeva A.V. EVALUATIVE AND EMOTIONAL COMPONENTS OF A LINGUISTIC SIGN.....	57
Сирота Е.В., Парахонько Л.В. ИЗУЧЕНИЕ ПЛЕОНАЗМА В СИНХРОНИИ.....	60
Sapozhnikova A.Yu. EMOTIONALLY EXPRESSIVE SYNTACTIC CONSRTUCTIONS IN THE ANIMALISTIC LYRICS BY THOMAS HARDY	66
Сысоева О.А. ЖАНР «ЗАПИСОК» В РОМАНЕ САШИ СОКОЛОВА «МЕЖДУ СОБАКОЙ И ВОЛКОМ».....	71
Хуснуллина Ю.А. СЕМАНТИЧЕСКАЯ И ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА НЕОЛОГИЗМОВ КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	75
Яцевич О.Е., Юдашкина В.В., Вертянкина Н.В., Нурпенцова Г.Г. ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЕ МОТИВЫ ЛЮБВИ И ОДИНОЧЕСТВА В РАССКАЗЕ М.Л. КАШНИЦ «ОДНАЖДЫ В ПОЛДЕНЬ, В СЕРЕДИНЕ ИЮНЯ»	78

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ / PHILOSOPHY

Борисова А.А., Бабаева А.В., Хуторная М.Л. ЦИФРОВИЗАЦИЯ В РОССИИ: ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ	81
Егоров Д.Г., Ярмолич Н.А. О ПЕРВИЧНОСТИ ПРИНЦИПОВ МОРАЛИ: ВЗГЛЯД С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ФИЛОСОФИИ НАУКИ	86

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ / ECONOMICS

Itri Hanaa THE POLICY OF ATTRACTING FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN MOROCCO	89
Азаров И.А. АНАЛИЗ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЫ	93

Рудаков Д.В., Ахметова Г.З., Кузина Н.А., Маковецкий М.Ю. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЧАСТИЧНО МНОГОРАЗОВЫХ РАКЕТ НАД ОДНОРАЗОВЫМИ РАКЕТА-НОСИТЕЛЯМИ.....	97
Баранов В.С., Бутымова Д.Е. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ НА ОСНОВЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ КИНОИНДУСТРИИ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ NETFLIX)	104
Беляева В.С., Фролова Е.Д. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ КАК ОСОБЕННОСТЬ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЭТАПА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	110
Ивашенко Н.С. МНОГОУРОВНЕВАЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА МОЛОКА	117
Назарова А.А., Кожевникова И.В. СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ КАРТОФЕЛЕВОДСТВА В ЮЖНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	122
Петренко Л.Д. РАЗВИТИЕ «ВОДОРОДНОЙ» ЭКОНОМИКИ: ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	127
Стаханов Д.В., Грищенко О.В., Майорова Л.Н. РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ: ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ.....	131
Хайбуллин Л.Р. О КОРРЕКТИРОВКЕ ПРИОРИТЕТОВ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ АНТИКОВИДНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ	139
Юсис А.Э. ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	145
<hr/> ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ / JURISPRUDENCE <hr/>	
Волков Д.Е., Родина Н.В. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ К СУБСИДИАРНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БЕНЕФИЦИАРОВ ОФШОРНЫХ КОМПАНИЙ В ДЕЛАХ О БАНКРОТСТВЕ	152
Мохоров Д.А., Демидов В.П., Мохорова А.Ю., Долженкова Е. РАЗВИТИЕ ДАКТИЛОСКОПИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ	157
Семёнова О.Е., Степенко В.Е. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРОКУРОРА С РЕЗИДЕНТАМИ ТЕРРИТОРИЙ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В АДМИНИСТРАТИВНО-ЮРИСДИКЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ	162
Суркова О.Е. ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»: ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ...	165

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ / PHILOLOGY

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.115>

КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ МНОГОЗНАЧНОСТИ СЛОЖНЫХ СЛОВ
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКИХ СЛОЖНЫХ ЗООНИМОВ И ФИТОНИМОВ)

Научная статья

Бабина Л.В.*

ORCID: 0000-0003-1096-122X,

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, Тамбов, Россия

* Корреспондирующий автор (ludmila-babina[at]yandex.ru)

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению когнитивных основ развития многозначности английских сложных зоонимов и фитонимов, что предполагает выявление когнитивных механизмов и моделей формирования сложных слов и их переносных значений, а также интерпретирующих характеристик, на основе которых создаются сложные слова и их переносные значения. Выявлено, что развитие переносных значений сложных зоонимов определяет метафорическая когнитивная модель ANIMAL → HUMAN BEING, а создание переносных значений сложных фитонимов осуществляется при помощи метонимической когнитивной модели WHOLE → PART. Полученные результаты могут представлять интерес для исследователей, рассматривающих языковые явления с когнитивных позиций, а также для изучающих английский язык.

Ключевые слова: английские сложные слова, многозначность, концептуальная деривация, когнитивные механизмы и модели, интерпретирующие характеристики.

COGNITIVE ASPECT OF STUDYING THE DEVELOPMENT OF POLYSEMY IN COMPOUND WORDS
(BASED ON THE ENGLISH COMPOUND ZOONYMS AND PHYTONYMS)

Research article

Babina L.V.*

ORCID: 0000-0003-1096-122X,

Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russia

* Corresponding author (ludmila-babina[at]yandex.ru)

Abstract

The article discusses the cognitive foundations of the development of the polysemy of English compound zoonyms and phytonyms, which involves the identification of cognitive mechanisms and models of the formation of compound words and their figurative meanings as well as interpretive characteristics on the basis of which compound words and their figurative meanings are created. The study determines that the development of figurative meanings of compound zoonyms is determined by the metaphorical cognitive model ANIMAL → HUMAN BEING, while the formation of figurative meanings of compound phytonyms is carried out using the metonymic cognitive model WHOLE → PART. The results obtained may be of interest to researchers who consider language phenomena from a cognitive perspective as well as for English language learners.

Keywords: English compound words, polysemy, conceptual derivation, cognitive mechanisms and models, interpreting characteristics

Введение

Проблема изучения сложного слова, представляющего собой языковую структуру, через которую проявляется динамическая природа языковой способности человека, привлекала и продолжает привлекать исследователей. Сложные слова имеют двойственную природу, которая проявляется в том, что они, с одной стороны, состоят из компонентов, а с другой – имеют интегративное специфическое целостное значение. Семантика сложного слова изучалась с применением трансформационного анализа, анализа в терминах поверхностной и глубинной структур, компонентного анализа [2]. В настоящее время вопрос выявления интегративного значения сложного слова решается с учетом как языкового, так и концептуального уровней. Во-первых, исследователями рассматриваются особенности восприятия семантически прозрачных слов (эндоцентрических) [8], [5], [9], [4], то есть слов, значения которых выводятся из значений составляющих их компонентов (например, *teacup*). Так, К. Гагнэ и Т. Спалдинг, рассматривая восприятие новых семантически прозрачных сложных слов, пишут о необходимости восстановления концептуальной структуры, определяющей их понимание за счет обращения к стоящим за компонентами сложного слова концептам и выявления отношений между этими концептами. Авторы доказывают, что обращение к данной концептуальной структуре происходит не только при восприятии новых слов, но и слов, уже вошедших в систему языка. По их мнению, нельзя провести четкого разграничения между данными словами, это своего рода континуум, который варьируется от хорошо известных до новых слов.

То, что концептуальная структура актуализируется даже при восприятии уже хорошо известного слова, доказывает тот факт, что семантически прозрачные сложные слова воспринимаются иначе, чем семантически менее прозрачные слова. То есть при восприятии семантически прозрачных слов (например, *grasscord*), с одной стороны, так же, как и при восприятии семантически менее прозрачных слов (например, *humbag*), может происходить обращение к хранящемуся в ментальном лексиконе концепту, который определяет значение сложного слова, с другой стороны, концепт, а точнее концептуальная структура, определяющая значение сложного слова, может выводиться за счет объединения концептов, стоящих за компонентами сложного слова, а также знания о правилах объединения этих

концептов. Другим доказательством актуализации концептуальной структуры, определяющей значение семантически прозрачного слова, служит восприятие сложных слов людьми с афазией, которое показывает, что даже при понимании хорошо известных слов возможны варианты, то есть могут предлагаться иные концептуальные структуры даже при восприятии хорошо известных слов (например, *blueprint* “a print that is blue”) [8].

Во-вторых, анализируются особенности понимания сочетаний и сложных слов, компоненты которых при словосложении подвергаются переосмыслению [4], [3]. Интерес вызывает восприятие сочетаний и сложных слов, образованных по моделям N+N и A+N (под N понимается noun, под A - adjective), при создании которых используется метафора. В статье “*Flute birds and creamy skies: The metaphor interference effect in modifier–noun phrases*” при помощи эксперимента, предполагающего учет времени восприятия и правильность восприятия сочетаний, в которых используются традиционная (например, *lunchbox* или *lunch box*) и новая метафоры (например, *banana box*), а также аномальных, случайных сочетаний (например, *roof mouse*), авторы показывают, что для восприятия сочетаний требуется минимальный контекст, позволяющий запустить механизм метафорического вывода значения. Они доказывают, что смысловой соотнесенности между концептами достаточно, чтобы автоматически активировать процесс метафорического вывода значения, и языковое представление метафоры (в сочетаниях и сложных словах оно обратное, например, *flute-bird* “a name of the piping crow”) не влияет на запуск процесса метафорического вывода. По мнению авторов, прагматический контекст позволяет понять, следует ли выражение понимать метафорически или иронически [3].

Еще одной проблемой исследования сложных слов является рассмотрение развития у них многозначности, поскольку сложные существительные способны, как и другие единицы языка, иметь несколько взаимосвязанных значений. Как указывает О. Д. Мешков, многозначность сложного слова не имеет отношения к процессам словосложения, а является развитием значения уже готового сложного слова, которое функционирует как обычная лексическая единица [2, С. 115]. Ее не следует путать с композитной многозначностью, при которой значения одного и того же сложного слова не связаны, поскольку один из компонентов слова используется в разных значениях в составе сложного слова. В качестве примера ученый приводит слово *book worm*, которое имеет значение «подставка для книг», не связанное ни со значением «книжный червь», ни со значением «буквоед». Это значение развивается, поскольку при словосложении используется технический термин *worm* «червячный винт». Следовательно, в таких случаях имеет место композитная многозначность или композитная омонимия. По мнению О. Д. Мешкова, обращаясь к вопросу многозначности сложных слов, нужно ограничивать композиты, характеризующиеся псевдомногозначностью, к которым относятся слова, являющиеся обозначениями полифункциональных предметов, а также слова с широким значением. В качестве примера первого типа слов ученый приводит слово *hand-grenade*, имеющее значения «ручная граната» и «вид огнетушителя», которые являются следствием наследования разных назначений предмета, обозначенного словом *grenade*. Примером слов с широким значением может служить слово *hand hole* со значением «дыра, достаточного для того, чтобы просунуть в нее руку» [2]. Соглашаясь с вышеприведенным мнением, хотелось бы обратиться к проблеме многозначности сложного слова с позиций когнитивного подхода, в рамках которого рассматривается взаимодействие мыслительных и языковых структур.

Методы и принципы исследования

В предлагаемой статье ставится цель - рассмотреть когнитивные основания создания сложных английских зоонимов и фитонимов и развития их многозначности. Достижение данной цели предполагает решение ряда задач: описание когнитивных механизмов и моделей создания сложных слов и их переносных значений; определение интерпретирующих характеристик, на основе которых происходит создание сложных слов и развитие их переносных значений. Материалом исследования являются развивающие переносные значения сложные зоонимы и фитонимы, которые были отобраны методом сплошной выборки из Краткого Оксфордского словаря английского языка [6] и онлайн словаря Коллинза [7]. В ходе исследования используются методы дефиниционно-концептуального анализа, этимологического анализа, метод когнитивного моделирования.

Проводя исследование, исходим из того, что когнитивным процессом, определяющим как создание сложного слова, так и развитие его многозначности, является концептуальная деривация. Она обеспечивает создание вторичной структуры знания на основе определенных характеристик исходного концепта или путем объединения исходных концептов, в результате которого происходит согласование исходных концептов по тем или иным концептуальным характеристикам друг с другом. В любом случае, при концептуальной деривации происходит интерпретация исходного знания при помощи определенных когнитивных моделей и механизмов на основе определенных характеристик [1].

Научная новизна статьи определяется тем, что в результате анализа сложных зоонимов и фитонимов выявлены когнитивные модели и интерпретирующие характеристики, определяющие формирование сложных зоонимов и фитонимов, а также их переносных значений, наряду с этим показано, участвуют ли в развитии переносных значений характеристики, на основе которых создается сложное слово.

Практическая значимость исследования обуславливается возможностью применения его результатов в курсах по лексикологии английского языка, когнитивной лингвистике, при преподавании английского языка.

Концептуальная метафора как когнитивный механизм развития многозначности сложных зоонимов

В результате исследования были выделены сложные слова-зоонимы, обозначающие животных и их виды: *jellyfish*, *bluebottle*, *bulldog*, *wryneck*, *copperhead*, *lovebird* и т.д., а также слова, характеризующие животных по определенному признаку или действию: *cleanskin*, *queen bee*, *bloodsucker*, *watchdog*. При формировании сложных слов-зоонимов могут использоваться разные когнитивные модели – метафорические, метонимические и пропозициональные. Переносные значения сложных зоонимов развиваются при помощи когнитивного механизма «концептуальная метафора» по метафорической модели ANIMAL → HUMAN BEING на основе следующих интерпретирующих характеристик:

1) 'quality': *jellyfish, bluebottle, wryneck, cleanskin, etc.*

Формирование сложного слова *jellyfish* ("a free-swimming marine coelenterate with a jelly-like bell or saucer-shaped body that has stinging tentacles around the edge") [6, С. 762] определяет метафорическая когнитивная модель ARTEFACT → ANIMAL. Метафорическое проецирование осуществляется на основе интерпретирующей характеристики 'physical quality - soft structure', то есть сходство устанавливается на основе физических характеристик (прозрачность, отсутствие твердости, мягкая структура). Формирование переносного значения "(informal) a weak indecisive person" [7] сложного слова *jellyfish* предполагает перенос интерпретирующей характеристики из физической области в психологическую область, и мягкая структура животного осмысливается как нерешительность в отношении человека. То есть переносное значение, развиваемое у сложного слова, функционирующего как обычная лексическая единица, появляется на основе той же несколько переосмысленной интерпретирующей характеристики.

Сложное слово *wryneck* в значении "either of two cryptically coloured Old World woodpeckers, *Jynx torquilla* or *J. ruficollis*, which do not drum on trees" [7] формируется по метонимической когнитивной модели PART→WHOLE. Птица получает название по физической характеристике. Переносное значение "a person who has a twisted neck" [7] сложного слова создается на основе интерпретирующей характеристики 'physical quality'.

2) 'function': *bulldog, sleuthhound, watchdog, etc.*

Создание сложного слова *bulldog* ("a dog of a sturdy breed with a powerful protruding lower jaw, a flat wrinkled face, and a broad chest") [6, С. 183] неоднозначно. В этимологическом словаре находим пояснение "so called perhaps from the shape, perhaps because they originally were used for baiting bulls" [10]. С одной стороны, оно может происходить по метафорической когнитивной модели ANIMAL → ANIMAL. Метафорическое проецирование осуществляется на основе интерпретирующей характеристики 'physical quality', учитывается информация о мощном корпусе животного с хорошими мышцами. С другой стороны, возможно и иное толкование формирования данной языковой единицы, при котором принимается во внимание знание о том, что данная собака использовалась для боев с быками. Иными словами, следует говорить об использовании пропозициональной когнитивной модели SUBJECT – BE USED – PURPOSE. Формирование значения сложного слова "a member of the teaching staff of any of certain universities having the duties of enforcing discipline" [7] происходит на основе характеристики 'function'. Как известно, бульдоги относятся к травильным собакам, характеризуются основательностью, невозмутимостью. Вместе с тем, может учитываться и характеристика, дающая представление о внешности животного. То есть при формировании переносного значения сложного слова учитываются обе характеристики.

Сложное слово *watchdog* в значении "a dog kept to guard property" [7] также создано по пропозициональной когнитивной модели SUBJECT – BE USED – PURPOSE. Переносное значение "a person or group of persons that acts as a protector or guardian against inefficiency, illegal practices, etc." [7] сложного слова возникает на основе характеристики 'function'.

3) 'action': *copperhead, lovebird, bloodsucker, etc.*

Формирование семантики сложного зоонима *copperhead* ("a venomous reddish-brown snake, *Agkistrodon contortrix*, of the eastern US: family Crotalidae (pit vipers)") [7] происходит при помощи когнитивного механизма «концептуальная метонимия» по двум метонимическим моделям PART→WHOLE (по части тела называется животное) и WHOLE→PART (название вещества для названия цвета). Переносное значение слова "(US informal) a Yankee supporter of the South during the Civil War" [7] формируется на основе интерпретирующей характеристики 'action'. Это слово было использовано «New York Tribune» 20 июля 1861 года по отношению к любому гражданину на Севере, который выступал против военной политики и за восстановление Союза посредством переговорного урегулирования с Югом. При метафорическом проецировании учитывается свойство животного подкрадываться и наносить удары без предупреждения. При этом происходит перенос из физической области в социальную область, то есть характеристика животного переносится на социальную сферу.

Семантика сложного зоонима *bloodsucker* ("an animal or insect that sucks blood, especially a leech or a mosquito") [6, С. 148] создается по пропозициональной когнитивной модели SUBJECT – OPER – SUBSTANCE. При формировании значения "a person whose actions are disapproved because you they do not do anything worthwhile but off the efforts of other people" [7] происходит метафорический перенос на основе интерпретирующей характеристики 'action'. При этом происходит перенос осмысления характеристики из физической области в социальную область.

4) 'place': *snowbird.*

Семантику сложного слова *snowbird* в значении "a widely junco (*Junco hyemalis*) commonly seen in the winter" [7] определяет пропозициональная когнитивная модель SUBJECT – BE ASSOCIATED WITH – SUBSTANCE. Кроме того, как представляется, используется метонимический перенос по модели PART→WHOLE, благодаря которому происходит отсылка к месту, для которого характерно наличие снега. Переносное значение слова "a northern tourist who vacations in the South during the winter" [7] создается на основе интерпретирующей характеристики 'place'.

5) 'period of time': *nighthawk.*

Сложное слово *nighthawk* в значении "any of a genus (*Chordeiles* and especially *C. minor*) of North American nightjars related to the whip-poor-will" [7] создается при помощи пропозициональной когнитивной модели SUBJECT – OPER – TIME. Переносное значение "a person who is habitually up or moving about late at night; night owl" [7] создается на основе характеристики 'period of time'. Человек как птица характеризуется активностью в ночное время.

Концептуальная метонимия как когнитивный механизм развития многозначности сложных фитонимов

Анализ сложных фитонимов показал, что среди рассматриваемых сложных слов можно выделить фитонимы, обозначающие деревья и кустарники. При формировании сложных фитонимов используется метонимическая когнитивная модель PART → WHOLE. Переносные значения сложных фитонимов развиваются при помощи когнитивного механизма «концептуальная метонимия» по метонимической модели WHOLE → PART на основе следующих интерпретирующих характеристик:

1) 'part - seed': *chickpea*, *cowpea*, etc.

Сложное слово *chickpea* ("a bushy leguminous plant, *Cicer arietinum*, cultivated for its edible pealike seeds in the Mediterranean region, central Asia, and Africa") развивает переносное значение "the seed of this plant" [7].

2) 'part - wood': *corkwood*, *cottonwood*, *ironwood*, etc.

Сложное слово *corkwood* "a small tree, *Leitneria floridana*, of the southeastern US, having very lightweight porous wood: family *Leitneriaceae*" приобретает переносное значение "the wood of any of these trees" [7].

3) 'part - berry': *cowberry*, *crowberry*, *Juneberry*, etc.

Сложный фитоним *cowberry* ("a creeping ericaceous evergreen shrub, *Vaccinium vitis-idaea*, of N temperate and arctic regions, with pink or red flowers and edible slightly acid berries") развивает переносное значение "the berry of this plant" [7].

Заключение

Исследование показывает, что сложные зоонимы способны передавать знания о человеке, развивая переносные значения. Сложные фитонимы в переносных значениях передают представления о частях растений. Формирование переносных значений сложных зоонимов осуществляется при помощи когнитивного механизма «концептуальная метафора» по модели ANIMAL → HUMAN BEING на основе интерпретирующих характеристик 'quality', 'function', 'action', 'place', 'period of time'. Переносные значения сложных фитонимов создаются при помощи когнитивного механизма «концептуальная метонимия» по модели WHOLE → PART на основе интерпретирующих характеристик 'part - seed', 'part - wood', 'part - berry'. Интересно отметить, что развитие переносного значения сложного слова осуществляется на основе той же характеристики, которая определяет создание сложного слова. Однако зачастую, если сложный фитоним создавался на основе характеристики, дающей представление о физическом свойстве, то при формировании переносного значения происходит перенос характеристик из физической/физиологической в психологическую и социальную области. Перспективным представляется анализ когнитивных основ развития многозначности сложных слов, обозначающих артефакты, человека, абстрактные понятия.

Финансирование

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 20-18-00372).

Funding

The research was carried out at the expense of a grant from the Russian Science Foundation (project No. 20-18-00372).

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Бабина Л. В. Вторичные языковые единицы как результат концептуальной деривации с учетом когнитивных доминант / Л. В. Бабина // Когнитивные исследования языка. - 2020. - Вып. №4(43). - С. 109-129.
2. Мешков О. Д. Семантические аспекты словосложения английского языка / О. Д. Мешков. - М.: Наука, 1986. - 204 с.
3. Al-Azary H. Flute birds and creamy skies: The metaphor interference effect in modifier–noun phrases / H. Al-Azary, C. L. Gagné, T. L. Spalding // Canadian Journal of Experimental Psychology / Revue canadienne de psychologie. - 2021. - Vol. 75. - No. 2. - Pp. 175-181. DOI: 10.1037/cep0000251
4. Auch L. Conceptualizing semantic transparency: A systematic analysis of semantic transparency measures in English Compound words / L. Auch, C. Gagne, T. Spalding // Methods in Psychology. - 2020. - 3. 100300
5. Boutonnet B. Compound words prompt arbitrary semantic associations in conceptual memory / B. Boutonnet, R. McClain, G. Thierry // Frontiers in Psychology. - 2014. - Vol. 5. - Pp. 1-7.
6. Concise Oxford English Dictionary. - Oxford: Oxford University Press, 2006. - 1702 p.
7. Collins Online Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.collinsdictionary.com>. (accessed: 14.07.2021).
8. Gagné C. L. Using conceptual combination research to better understand novel compound words / C. L. Gagné, T. L. Spalding // Journal of Theoretical Linguistics. - 2006. - 3 (2). - Pp. 9-16.
9. Libben G. The representation and processing of compounds words / G. Libben, C. L. Gagné, W. U. Dressler // Word Knowledge and Word Usage. - Vol. 337. ed. Vito Pirrelli, Ingo Plag, Wolfgang U. Dressler. Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH, 2020. - Pp. 336-352.
10. Online Etymological Dictionary [Electronic resource]. URL: <http://www.etymonline.com>. (accessed: 14.07.2021).
11. The Free Dictionary by Farlex [Electronic resource]. URL: <https://www.thefreedictionary.com>. (accessed: 14.07.2021).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Babina L. V. Vtorichnye jazykovye edinicy kak rezul'tat konceptual'noj derivacii s uchetom kognitivnyh dominant [Secondary language units as a result of conceptual derivation taking into account cognitive dominants] / L. V. Babina // Kognitivnye issledovaniya jazyka [Cognitive studies of language]. - 2020. - №4(43). - P. 109-129. [in Russian]
2. Meshkov O. D. Semanticheskie aspekty slovoslozheniya anglijskogo jazyka [Semantic aspects of English language wordbuilding] / O. D. Meshkov. - M.: Nauka, 1986. - 204 p. [in Russian]
3. Al-Azary H. Flute birds and creamy skies: The metaphor interference effect in modifier–noun phrases / H. Al-Azary, C. L. Gagné, T. L. Spalding // Canadian Journal of Experimental Psychology / Revue canadienne de psychologie. - 2021. - Vol. 75. - No. 2. - Pp. 175-181. DOI: 10.1037/cep0000251
4. Auch L. Conceptualizing semantic transparency: A systematic analysis of semantic transparency measures in English Compound words / L. Auch, C. Gagne, T. Spalding // Methods in Psychology. - 2020. - 3. 100300
5. Boutonnet B. Compound words prompt arbitrary semantic associations in conceptual memory / B. Boutonnet, R. McClain, G. Thierry // Frontiers in Psychology. - 2014. - Vol. 5. - Pp. 1-7.

6. Concise Oxford English Dictionary. - Oxford: Oxford University Press, 2006. - 1702 p.
7. Collins Online Dictionary [Electronic resource]. URL: <https://www.collinsdictionary.com>. (accessed: 14.07.2021).
8. Gagné C. L. Using conceptual combination research to better understand novel compound words / C. L. Gagné, T. L. Spalding // Journal of Theoretical Linguistics . - 2006. - 3 (2) . - Pp. 9-16 .
9. Libben G. The representation and processing of compounds words / G. Libben , C. L. Gagné , W. U. Dressler // Word Knowledge and Word Usage. - Vol. 337. ed. Vito Pirrelli, Ingo Plag, Wolfgang U. Dressler. Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH, 2020. - Pp. 336 -352.
10. Online Etymological Dictionary [Electronic resource]. URL: <http://www.etymonline.com>. (accessed: 14.07.2021).
11. The Free Dictionary by Farlex [Electronic resource]. URL: <https://www.thefreedictionary.com>. (accessed: 14.07.2021).

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.116>

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ INSTAGRAM, TWITTER И FACEBOOK)

Научная статья

Головущкина М.В.^{1,*}, Воячек О.С.²

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

* Корреспондирующий автор (marina52004[at]mail.ru)

Аннотация

Актуальность исследования определяется тем фактом, что события и явления, происходящие в современном обществе, где процессы глобализации (пропаганда культуры открытого типа, толерантность, пандемия COVID-19 и др.) находят отражение в языковой среде сетевого дискурса, сфере, которая наиболее оперативно реагирует на новые явления и тенденции использования языковых единиц. Цель исследования – проследить каким образом происходит репрезентация лингвокультурного концепта в рамках сетевого дискурса и проанализировать взаимовлияние речевых и социокультурных механизмов в пространстве социальных сетей. Материалом исследования послужил корпус текстовых примеров из современных англоязычных таблоидов и социальных сетей Instagram, Twitter и Facebook. В исследовании описан лингвокультурный портрет современного общества, представлены новые языковые тенденции, выполнен компонентный анализ шести групп тематических хэштегов, сделаны выводы.

Ключевые слова: дискурс, социальные сети, язык, хэштег, глобализация, слово.

LINGUISTIC AND CULTURAL PORTRAIT OF MODERN SOCIETY BASED ON FACEBOOK, INSTAGRAM, AND TWITTER

Research article

Golovushkina M.V.^{1,*}, Voyachek O.S.²

^{1,2} Penza State University; Penza, Russia

* Corresponding author (marina52004[at]mail.ru)

Abstract

The relevance of the current research lies in the fact that events and phenomena occurring in modern society, where the processes of globalization (promotion of open culture, tolerance, the COVID-19 pandemic, etc.) are reflected in the language environment of internet discourse, a sphere that most quickly responds to new phenomena and trends in the use of language units. The purpose of the study is to trace how the linguistic and cultural concept represents itself in the framework of internet discourse and to analyze the mutual influence of speech and socio-cultural mechanisms in the space of social networks. The corpus of text examples from modern English-language tabloids and social networks Instagram, Twitter and Facebook is used as the basis of the study. The study describes the linguistic and cultural portrait of modern society, presents new language trends, performs a component analysis of six groups of thematic hashtags, and draws conclusions.

Keywords: discourse, social networks, language, hashtag, globalization, word.

Введение

Язык – не только зеркало культуры, но и отражение времени. Язык – это сами люди, которые живут и говорят на нем, он постоянно развивается, трансформируется, остро реагируя на все новое, что появляется в жизни. Новые или относительно новые слова, которые мы используем, – это слова, которые нам нужны для выражения и объяснения нашего мира. Актуальность данного исследования определяется как материалом исследования (корпусом текстовых примеров из современных англоязычных таблоидов и социальных сетей), так и событиями и явлениями, происходящими в современном обществе, где процессы глобализации (пропаганда культуры открытого типа, толерантность, равнение на западный тип поведения, пандемия COVID-19 и др.) находят отражение в языковой среде. Данное исследование позволит показать, как сетевой дискурс, обладающий особым набором языковых средств и типов речевых актов, функционирует в современном языковом пространстве.

Цель исследования – проследить каким образом происходит репрезентация лингвокультурного концепта в рамках сетевого дискурса и проанализировать взаимовлияние речевых и социокультурных механизмов в пространстве социальных сетей.

Объектом исследования являются языковые репрезентации сетевой коммуникации, служащие для продвижения аккаунтов в социальных сетях. Предметом исследования выступают лингвистические особенности языковой коммуникации в социальных сетях, используемые языковые и знаковые средства, которые позволяют получить представление о целях, мотивах и коммуникативных стратегиях пользователей, а также об особенностях функционирования языковых единиц в рамках сетевого дискурса.

Методы исследования

Необходимость достижения поставленной цели обусловила выбор комплексной методики исследования, складывающейся из различных методов: общенаучных – анализ и синтез, метод сплошной выборки, классификация, сопоставление и др. [2, С. 202]; специальных лингвистических – анализ лексики языка сетевого дискурса, компонентный анализ, метод словарных дефиниций, контекстуальный и интерпретационный анализ текстовых фрагментов [1, С. 9].

С помощью языковых репрезентаций сетевого дискурса мы постараемся описать лингвокультурный портрет современного общества. Так, пандемия COVID-19 быстро внесла коррективы в словарный запас языка. Английский

язык, как язык международного общения, оперативнее других отреагировал на изменившуюся языковую ситуацию в мире. Например, слово COVID-19 прошло эволюцию развития от неологизма до термина COVID-19 (появился на Merriam-Webster.com всего за 34 дня), быстрее, чем любое другое слово в мире [9]. Пандемия COVID-19 продолжает свирепствовать и продолжает трансформировать мир и язык. В сети появляются новые выражения: «Long hauler: a person who experiences one or more long-term effects following initial improvement or recovery from a serious illness (such as COVID-19) [9]». Выражение «long hauler» (дальнобойщик) приобрело новое значение: «человек, который продолжает ощущать последствия болезни (такой, как COVID-19) после выздоровления». Приведем еще пример: «Pod and Bubble: usually a small group of people (such as family members, friends, coworkers, or classmates) who regularly interact closely with one another but with few or no others in order to minimize exposure and reduce the transmission of infection [9]». Словами «pod» (кокон) and «bubble» (пузырек воздуха) обозначается небольшая группа людей (например, члены семьи, друзья, коллеги по работе, одноклассники), которые регулярно тесно взаимодействуют друг с другом, и почти не взаимодействуют с другими, чтобы минимизировать распространение и уменьшить передачу инфекции.

Интернет – культура остается чувствительной к национальным реалиям. Так, британцы пристально следят за жизнью членов королевской семьи. По этой причине королевские особы нередко становятся как примером для подражания, или, согласно современной терминологии, трендсеттерами, так и предметом ненависти (hatred) и буллинга (bullying – травля) в средствах массовой информации и социальных сетях.

Несмотря на то, что герцогиня Кембриджская получила обидное прозвище «Waity Katie» – «ждущая Кейти» в британских таблоидах, она пользуется всеобщим обожанием и ее стиль одежды копируют тысячи девушек и женщин во всем мире. Но самой продуктивной с точки зрения репродуцирования новых слов и выражений (конечно, журналистами, пишущими о ней) оказалась жена принца Гарри Меган Маркл. Например, слово «Megxit» (игра слов, основанная на термине «Brexit») появилось после того, как принц Гарри и Меган Маркл решили сложить с себя полномочия действующих членов Королевской семьи и покинули Великобританию. Новый глагол «to Meghan Markle – to value yourself and your mental health enough to up and leave a room/ situation/ environment in which your authentic self is not welcomed or wanted [4]» – (ценить себя и свое психологическое здоровье настолько, чтобы выйти из комнаты или покинуть среду, в которой вас не ценят как истинную личность) появился в британских таблоидах и социальных сетях после скандального интервью Опре Уинфри.

Например: «Man, when I go out tonight, I am so going to Meghan Markle it, before going home early, getting eight hours sleep and not texting your ex [11]». – «Дорогой, прежде чем я пойду куда-нибудь сегодня вечером, я собираюсь Меган Марклить, т.е. (физически и морально отдохнуть) прийти домой пораньше, выспаться 8 часов, и не слать сообщения бывшему».

Развитие социальных сетей вызвало появление целого ряда инновационных языковых явлений [3, С. 23]. Например, до миллениума английское слово text было только существительным, но сейчас texting – одно из любимых занятий британцев. Количество ежемесячно отправляемых текстов возросло более чем на 7,700 % за последнее десятилетие [13]. Соединенное королевство – лидер по объему текстинга: 60 миллионов текстовых сообщений отправляются каждый день, 77 % из них отправляются тинейджерами. Texters (авторы текстовых сообщений) не ограничиваются только словами, они могут добавлять графику, фотографии, музыку. Texting разработал собственный язык и сокращения.

Наиболее важную роль в информационном обмене в Instagram, Twitter и Facebook играют хэштеги, начинающиеся с символа #, которые позволяют формировать информационную волну, состоящую из сообщений на определенную тему [4, С. 150]. Мейнстримом в сетевом пространстве США и стран Западной Европы стал хэштег движения за дополнительные права для афро-американцев #Blacklivesmatter, что в свою очередь повлияло на языковую картину, в сетевом дискурсе появились новые сокращения и слова. Например: «BPOC (abbreviation) – Black, Indigenous, (and) People of Color» [3] (Черные, Коренные, Цветные люди). «Digital blackface: the use by white people of digital depictions of Black or brown people or skin tones especially for the purpose of self-representation or self-expression [9]» – Выражение «цифровое черное лицо» используется белыми для собственной цифровой идентификации в виде черных или темнокожих людей на аватарках или тона кожи для собственного представления и самовыражения, а, скорее, для следования современным тенденциям.

Язык всегда меняется, эволюционирует и адаптируется к нуждам пользователей. То, как изменился английский язык, легко проследить, выбрав слова и выражения, которые стали общеупотребительными. Исследователи of Pearson English [5] проанализировали последние изменения в английском языке и пришли к выводу, что интернет сленг приобретает все большую популярность не только в сетевом дискурсе, но и в не свойственных ему видах дискурса. Такие сокращения, как «LOL» (#Laugh Out Loud) (смеюсь очень громко), «YOLO» (#You Only Live Once) (живем только раз) употребляются в современном художественном дискурсе [10], сокращение от babe or baby «bae» крепко закрепились в эпистолярном дискурсе: «I don't wana close my eyes, I don't wana fall asleep, cuz I miss you bae and I don't wanna miss a thing». – «Я не хочу закрывать мои глаза, я не хочу засыпать, потому что я скучаю по тебе бэби, я не хочу скучать [7]», а также в дискурсивной психологии [8].

Таким образом, использование клавиатурных символов, т.е. значка «#», является безусловным новшеством синтаксиса в языке Интернета. Хэштег имеет функцию маркера или метки, которая ставится перед ключевым словом, служит для быстрого и эффективного поиска информации [1, С. 36]. Попробуем проанализировать наиболее употребительные хэштеги, используемые в современном сетевом дискурсе, объединив их в определенные группы.

1) Хэштеги, связанные с днями недели, часто применяются для решения социальных и экономических задач. Хэштег #TBT означает «Throwback Thursday» (назад в четверг). Люди используют его, чтобы поделиться своими воспоминаниями в виде фотографий и видео и не обязательно это делать в четверг. Хэштег #TBT – это также прекрасная возможность обозначить ключевое событие в вашем бизнесе, которое произошло за последнее время.

Например, журнал New York Times, чтобы привлечь внимание к своей первой статье в VR виртуальной реальности, поместил твит первой статьи от 1896 года с картинкой (см. рисунок 1).



Рис. 1 – Хэштег #TBT [12]

Хэштег #TBT даст вам возможность провести параллели между прошлыми и современными ключевыми событиями, показав тем самым, что вашему бизнесу можно доверять, так как он имеет долгую и успешную историю. Хэштег #TBT многофункционален, его используют, чтобы рассказать историю бренда, представляя вашу компанию на новом рынке. Так, использование хэштегов становится необходимостью для продвижения бизнеса в интернет – пространстве.

Хэштегом #WednesdayWisdom принято делиться в среду, так как после среды есть еще два рабочих дня, когда необходимо быть мудрее и продуктивнее, чем в понедельник. #WednesdayWisdom – пользуется популярностью у руководителей и бизнес – экспертов, и используется ими, чтобы подбодрить сотрудников и напомнить им о необходимости работать продуктивнее (см. рисунок 2).



Рис. 2 – Хэштег #WednesdayWisdom [12]

Если у вас запланировано важное событие или встреча на четверг, вы можете отправить хэштег #Thursdatehashtag. В пятницу можно поделиться хэштегом #tgif – Thank God it's Friday (Слава Богу, сегодня пятница) [12] или историей коллеги, клиента, покупателя или всей компании с хэштегом #FearlessFriday (смелая пятница). Это должна быть история о том, кто на этой неделе столкнулся со сложной задачей и не без труда справился с ней.

Хэштег #ManCrushMonday (мужчина, который порвал этот понедельник) поощряет Instagram пользователей делиться фотографиями их любимых молодых людей и сделать это нужно в понедельник, а в среду мужчинам можно делиться фотографиями любимых с хэштегом #Woman Crush Wednesday или его аббревиатурой WCW (женщина, которая порвала эту среду).

2) Хэштеги, отражающие ценностные представления модных Instagram пользователей, сформированные исходя из общих принципов общества. Под хэштегом #Outfit of the Day (наряд дня) или его аббревиатурой #OOTD Instagram пользователи делятся фотографиями, показывая, что они сегодня носят. Другие модные хэштеги: #instagood, #instamood; #bw, #bnw – black and white (чёрно-белый) обычно ставится на чёрно-белых фотографиях с претензией на высокое искусство; хэштег #Followme (следуй за мной) популярен среди интернет-путешественников.

3) Хэштеги для фотографий еды (#bhfyp (Best Hashtag For Your Post), #yum, #yummyfood, #foodporn) направлены на репрезентацию творческих и эстетических задач. В лингвокультурном сообществе метафора, заключенная в популярном хэштеге #foodporn, обозначает визуальное наслаждение от вида приготовленных блюд. Данный хэштег используется для идеального зрительного представления процесса приготовления еды не только в Instagram, Twitter и Facebook, но и в рекламе и на кулинарных шоу.

4) Смешные хэштеги предназначены для поиска забавного контента: #instafunny, #funnytext, #funnymemes; хэштеги для смешных фото с детьми: #reasonsmysoniscrying, #wheresthecoffee, #raisingagenius, #itstooquiet; хэштеги для смешных фото с животными: #catsofinstagram, #catsarecrazy, #funnycat, #funnydog, #funnypets. Например, хэштегом #CatBeard делятся вместе с фотографией, где молодые люди помещают подбородок кошки рядом со своим лицом, создавая иллюзию, что у них Cat Beard – борода из кошки. То есть, в данном случае хэштег #CatBeard является метафорой на элементы молодежной субкультуры. Набирают популярность фотографии различных частей тела с соответствующими хэштегами: фото ступней с хэштегом #fromwhereIstand (где я стоял).

5) Хэштеги для получения отметок «нравится» (лайк, like): #likes, #likesforlikes, #likes4likes, #likesforfollow, #likebackteam, #likesreturned, #liketeam, #likeback, #like4like, #like4follow, #likebackalways, #instalike, #instagramanet, #instatag [6]. Данные виды хэштегов направлены, прежде всего, на побуждение к действию в форме просьбы или пожелания.

6) Хэштеги, связанные с COVID19: #vaksinasi, #vaksin, #covid_19, #covid, #covidvaccine, #covidfree, #covid2020, #quarantine, #vaccinationdone✓, #VACCINEDAY✂, #vaccinazioni✂, #vaccinatedandhappy, #vaccinesaveslives, #pfizer, #pfizervaccine, #moderna, #mask. Фотографиями с хэштегами #vaccinationdone✓, #VACCINEDAY✂, #vaccinatedandhappy делятся в день вакцинации, выражая свою гражданскую позицию.

6) Хэштеги, связанные с чемпионатом мира по футболу: #chiellini, #inter, #juventus, #azzurri, #lukaku, #soccer, #football, #europeo2020, #europei, #europeo2021, #campioni, #premierleague, #footballmemes, #footballplayer, #soccerlife, #footy, #realmadrid, #funny, #france, #fifa, #ronaldo, #futbol, #footballfunny, #messi, #manchesterunited, #facup, #pogba, #england, #chelsea, #liverpool.

Таким образом, хэштеги представляют собой один из способов репрезентации лингвокультурного портрета общества и служат для выражения общественной позиции (#Blacklivesmatter, #vaccinationdone), привлечения внимания (#CatBeard, #OOTD), мотивирования аудитории к совершению каких-либо действий (#vaccinesaveslives, #WCW, #likeback) и для самовыражения. В сетевом дискурсе хэштеги выполняют две функции: служат кодом, отличающим «своих» от «чужих» и добавляют эмотивность, они также характеризуются краткостью, языковой игрой (Megxit) и метафоричностью (#CatBeard, #foodporn). Сокращенные хэштеги упрощают и схематизируют процесс коммуникации, экономят место, время и создают мультимодальность, понятную и доступную только «избранным» [1, С. 39]. Как мы видим, сетевой дискурс очень чувствителен ко всем изменениям, происходящим в обществе, так как все текущие события в мире очень быстро находят свое языковое воплощение в интернет – пространстве.

Каждый год словари и справочники фиксируют новые слова и выражения в английском языке. Проведенный анализ взаимовлияния речевых и социокультурных механизмов в пространстве сетевого дискурса показал, что скорость вербализации событийного аспекта жизни общества увеличилась, взаимосвязь новых языковых единиц с событиями, происходящими в современном глобальном мире упрочилась в силу высокого темпа развития интернет-пространства. Наблюдается активный процесс проникновения языковых репрезентаций из сетевого дискурса в другие дискурсивные сферы, что может свидетельствовать о закреплении новых языковых единиц в английском языке. Некоторые слова, выражения, аббревиатуры и хэштеги останутся с нами надолго, другие выйдут из употребления, как только исчезнет необходимость в их использовании. Очевидно, что абсолютно уникальный мир Интернета, созданный миллионами пользователей, со своими особыми правилами, своим языком и дискурсом предоставит лингвистам новые языковые средства для исследования.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Ахренова Н.А. Доминанты современной интернет-лингвистики: Автореферат дис. ... док. филол. наук: 10.02.19: защищена 15.03.2019: утв. 25.12.2019 / Н.А. Ахренова. – Мытищи, 2018. – 49. с. [Электронный ресурс] – URL: <https://avtoref.mgou.ru/new/d212.155.04/Ahrenova/avtoref.pdf> (дата обращения: 20.07.2020)
2. Исаева А.Ю. Лингвистические особенности сетевого общения (на материале англоязычных комментариев в социальных сетях Facebook и Instagram) / А.Ю. Исаева, Ю.В. Акимцева, Д.М. Грекова // Известия Волгоградского педагогического университета. Филологические науки. – 2020. – №2. (145). – С. 201-206. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-osobennosti-setevogo-obsheniya-na-materiale-angloyazychnyh-kommentariyev-v-sotsialnyh-setyah-facebook-i-instagram/viewer> (дата обращения: 20.07.2020)
3. Караваева Е.М. Положительное воздействие социальных сетей на развитие английского языка / Е.М. Караваева // Филологические науки в МГИМО. – 2017. – №9. – С. 23-28.

4. Овчинникова И.Г. Коммуникация и идентификация в социальных сетях: факторы, типы, национально-культурная специфика (на материале социальной сети Твиттер) / И.Г. Овчинникова // Вестник пермского университета. Политолог. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет. – 2013. – №2. (22). – С.143-156.

5. Birner B. Is English changing? / B. Birner // Linguistic society of America. [Electronic resource] – URL: <https://www.linguisticsociety.org/content/english-changing> (accessed: 20.07.2020)

6. #Instatag.ru Хэштеги для получения лайков [Electronic resource] – URL: <https://instatag.ru/likes.html> (accessed: 19.07.2020)

7. Love Quotes for Him To Make Him Feel Like A King. [Electronic resource] – URL: <https://everydaypower.com/love-quotes-for-him/> (accessed: 25.07.2020).

8. Manson M. Toxic relationship habits most people think are normal / Mark Manson – 2015. – December 25. [Electronic resource] – URL: <https://qz.com/580940/toxic-relationship-habits-most-people-think-are-normal/> (accessed: 25.07.2020).

9. Merriam - Webster. We Added New Words to the Dictionary for January / 2021 Merriam-Webster, Incorporated. [Electronic resource] – URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/new-words-in-the-dictionary> (accessed: 18.07.2020)

10. Noonan M. Lol : / and Other Modern Devised Plays / M. Noonan, B. Cieslak, Terry Fletcher et al. // Trade Paperback. 1st Edition. – 2013. –168 p.

11. Noor P. To Meghan Markle' is now a verb – here's how to use it / P. Noor // Life and style. – 2020. [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/jan/24/to-meghan-markle-verb-how-to-use-it> (accessed: 18.07.2020)

12. Tran T. TBT Meaning, and How to Use «Throwback Thursday» on Social Media / T. Tran // Hootsuite. – 2019. [Electronic resource] – URL: <https://blog.hootsuite.com/how-to-use-tbt-for-marketing/> (accessed: 17.07.2020)

13. Worldwide Texting Statistics [Electronic resource] – URL: <https://shso.vermont.gov/sites/ghsp/files/documents/Worldwide%20Texting%20Statistics.pdf> (accessed: 17.07.2020)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Ahrenova N. A. Dominanty sovremennoj internet-lingvistiki. [Dominants of modern Internet-linguistics]: Abstract of dis. ...of PhD. in Philology: 10.02.19: defense of the thesis15.03.2019: approved 25.12.2019 / N. A. Ahrenova. – Mytishchi, 2018. – 49 p. [Electronic resource] - URL: <https://avtoref.mgou.ru/new/d212.155.04/Ahrenova/avtoref.pdf> (accessed: 20.07.2020) [in Russian]

2. Isaeva A. U. Lingvisticheskie osobennosti setevogo obshcheniya (na materiale angloyazychnyh kommentarijev v social'nyh setyah Facebook i Instagram). [Linguistic peculiarities of net communication (based on English comments in social nets)] / A. U. Isaeva, U. V. Akimceva, D. M. Grekova // Izvestiya Volgogradskogo pedagogicheskogo universiteta. Filologicheskie nauki. [Izvestia of Volgograd pedagogical university. Philology] – 2020. – №2. (145). – P.201-206. [Electronic resource] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-osobennosti-setevogo-obshcheniya-na-materiale-angloyazychnyh-kommentarijev-v-sotsialnyh-setyah-facebook-i-instagram/viewer> (accessed: 20.07.2020) [in Russian]

3. Karavaeva E. M. Polozhitel'noe vozdejstvie social'nyh setej na razvitie anglijskogo yazyka [Positive influence of social nets on the English language development] / E. M. Karavaeva // Filologicheskie nauki v MGIMO [Philology in MGIMO] – 2017. – №9. – P. 23-28. [in Russian]

4. Ovchinnikova I. G. Kommunikaciya i identifikaciya v social'nyh setyah: faktory, tipazhi, nacional'no-kul'turnaya specifika (na materiale social'noj seti Tvittr) [Communication and identification in social nets: factors, types, national and cultural specularity (based on materials from social net Twitter)] / I. G. Ovchinnikova // Vestnik permskogo universiteta. Politolog.[Reporter of pedagogical university.] – Perm': Permskij gosudarstvennyj nacional'nyj issledovatel'skij universitet.[Perm: Perm state national research university.] – 2013. – №2. (22). – P.143-156. [in Russian]

5. Birner B. Is English changing? / B. Birner // Linguistic society of America. [Electronic resource] – URL: <https://www.linguisticsociety.org/content/english-changing> (accessed: 20.07.2020)

6. #Instatag.ru Heshtegi dlya polucheniya lajkov [Hashtags for getting likes]. [Electronic resource] – URL: <https://instatag.ru/likes.html> (accessed: 19.07.2020) [in Russian]

7. Love Quotes for Him To Make Him Feel Like A King. [Electronic resource] – URL: <https://everydaypower.com/love-quotes-for-him/> (accessed: 25.07.2020).

8. Manson M. Toxic relationship habits most people think are normal / Mark Manson – 2015. – December 25. [Electronic resource] – URL: <https://qz.com/580940/toxic-relationship-habits-most-people-think-are-normal/> (accessed: 25.07.2020).

9. Merriam - Webster. We Added New Words to the Dictionary for January / 2021 Merriam-Webster, Incorporated. [Electronic resource] – URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/new-words-in-the-dictionary> (accessed: 18.07.2020)

10. Noonan M., Cieslak B., Fletcher T. Lol : / and Other Modern Devised Plays / M. Noonan, B. Cieslak, Terry Fletcher ect. // Trade Paperback. 1st Edition. – 2013. –168 p.

11. Noor P. To Meghan Markle' is now a verb – here's how to use it / P. Noor // Life and style. – 2020. [Electronic resource] – URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2020/jan/24/to-meghan-markle-verb-how-to-use-it> (accessed: 18.07.2020)

12. Tran T. TBT Meaning, and How to Use «Throwback Thursday» on Social Media / T. Tran // Hootsuite. – 2019. [Electronic resource] – URL: <https://blog.hootsuite.com/how-to-use-tbt-for-marketing/> (accessed: 17.07.2020)

13. Worldwide Texting Statistics [Electronic resource] – URL: <https://shso.vermont.gov/sites/ghsp/files/documents/Worldwide%20Texting%20Statistics.pdf> (accessed: 17.07.2020)

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.117>

СИСТЕМНЫЕ КОРРЕЛЯЦИИ АНГЛИЙСКИХ ТЕРМИНОВ МЕНЕДЖМЕНТА КАК ОТРАЖЕНИЕ КОМПЛЕКСНОЙ РЕЛЯЦИОННО-СЕМИОТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ РЕФЕРЕНТНОЙ СФЕРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕРМИНОВ ФИНАНСОВОГО, HR-МЕНЕДЖМЕНТА И МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ)

Научная статья

Горбунова Н.Н.*

ORCID: 0000-0002-3589-440,

Пятигорский государственный университет, Пятигорск, Россия

* Корреспондирующий автор (arazduv[at]bk.ru)

Аннотация

Статья посвящена изучению системных корреляций англоязычных терминологических единиц сферы менеджмента как отражения комплексной реляционно-семиотической структуры соответствующей референтной сферы. В качестве материала послужили английские термины финансового менеджмента, HR-менеджмента и менеджмента организации. Автор исходит из того, что существуют связи системных отношений между терминами с реляционными и семиотическими отношениями между понятиями в самой референтной сфере менеджмента. В ходе исследования выделяются конкретные номинативные признаки – базовые аспекты номинации, используемые при терминодеривации, а также обозначаются более общие понятийные категории, такие как ИДЕАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН, ОБЪЕКТ, ПРОЦЕСС, ДЕЯТЕЛЬ, СИТУАЦИЯ, ЛОКУС, ХАРАКТЕРИСТИКА. В рамках исследования знаковых функций, которые выполняют выделяемые нами категории менеджмента, используется классификация знаков Ч. У. Морриса и Ч. С. Пирса. В семиотическом плане терминология менеджмента гетерогенна и включает знаки-индексы и знаки-символы, в меньшей степени – знаки-иконы.

Ключевые слова: термин, терминология, HR-менеджмент, семиотическая структура, финансовый менеджмент, менеджмент организации.

SYSTEMIC CORRELATIONS OF ENGLISH MANAGEMENT TERMS AS A REFLECTION OF THE COMPLEX RELATIONAL-SEMIOTIC STRUCTURE OF THE REFERENCE SPHERE (BASED ON THE FINANCIAL, HR AND ORGANIZATION MANAGEMENT TERMS)

Research article

Gorbunova N.N.*

ORCID: 0000-0002-3589-440,

Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russia

* Corresponding author (arazduv[at]bk.ru)

Abstract

The article discusses the systemic correlations of English-language terminological units of the management sphere as a reflection of the complex relational-semiotic structure of the corresponding reference sphere. The English terms of financial management, HR and organization management were used as the material of the study. The author's argument is based on the fact that there are connections of system relations between terms with relational and semiotic relations between concepts in the most referential sphere of management. In the course of the study, specific nominative features are identified such as the basic aspects of the nomination used in term derivation, and more general conceptual categories are designated, such as an IDEAL PHENOMENON, OBJECT, PROCESS, ACTOR, SITUATION, LOCUS, CHARACTERISTIC. As part of the study of the sign functions performed by the categories of management that the author distinguishes, the classification of the signs of C. W. Morris and C. S. Pierce is used. In semiotic terms, the terminology of management is heterogeneous and includes indices and symbols and, to a lesser extent, icons.

Keywords: term, terminology, HR management, semiotic structure, financial management, organization management.

Введение

С момента переориентации терминоведения в русло антропоцентрического, когнитивного подхода к знаковой, семиотической сущности терминоединиц. Термин все реже рассматривается как «заместитель» научного (или – шире – профессионального) понятия: на смену такой трактовки приходит понимание термина как *репрезентанта* фрагмента научной картины мира. Важным следствием такой переориентации становится понимание того, что во внутренней и внешней форме терминоединиц отражаются лишь отдельные аспекты профессионального понятия. Как следствие, за термином признаются такие малоисследованные свойства, как амбисемия (неопределенность, отсутствие четких границ семантического объема) и эврисемия (вид семантической неоднозначности, проявляющийся в способности термина соотноситься с неопределенным числом денотатов) [6], [34], [35].

Семиотические особенности термина как репрезентанта кладутся в основу тезаурусного моделирования семантики как отдельных терминоединиц, так и целых предметных областей, результаты которого недвусмысленно показывают, что между содержательной структурой предметной области и структурой соответствующего терминологического поля отсутствует однозначная корреляция [4].

Наконец, в теории и практике изучения профессиональной коммуникации все большую популярность приобретает подход к тексту как к комплексному семиотическому феномену, отражающему «систему описываемых реалий как профессиональный контекст» [10, С. 243].

Семиотически ориентированные подходы распространяются и в теории менеджмента и маркетинга. Глубокое исследование генезиса концепций менеджмента и маркетинга, основанных на постулатах теории знаков, представлено в монографии Л.Р. Освальд. Автор, в частности, отмечает важность так называемой социальной семиотики, укорененной в структурной антропологии К. Леви-Стросса, для брэнд-менеджмента в аспекте «порождения ценности» (*value creation*). Релевантность теории знаков для менеджмента и маркетинга подтверждается тем, что поведение субъектов управленческих и маркетинговых отношений в значительной степени ритуализовано, пронизано как культурными, так и профессионально-категориальными кодами [28].

Все сказанное, полагаем, дает возможность исследовать терминологию менеджмента не только в плане семантики терминов, но и шире – в плане семиотически значимых корреляций.

Методы и принципы исследования

В рамках исследования использовался комплексный метод исследования, включающий в себя дефиниционный и контекстуальный виды анализа, компонентный анализ семантической структуры терминологических единиц сфер финансового, HR-менеджмента и менеджмента организации, метод выстраивания семантических оппозиций, а также методика количественной обработки данных.

В настоящем исследовании мы основываемся на понимании того, что представляет собой «термин», которое в существенной степени базируется на подходах Е.И. Головановой, В.М. Лейчика, О.А. Алимурادова и др., по мнению которых, термин является *вербализованным результатом профессионального мышления и профессиональной деятельности человека* в научной, технологической, управленческой и иных сферах, значимым лингво-когнитивным средством ориентации в процессе профессиональной коммуникации, в ходе которой транслируется специальное знание [1], [3], [8].

В трактовке сущности семантики термина мы основываемся на понятии *репрезентации*, выработанном и обоснованном в рамках когнитивной лингвистики. В данной связи уместно разграничивать то, как понимается значение термина в рамках традиционного и когнитивного терминоведения. Если в первом случае речь идет о том, что значение термина равносильно специальному понятию, знаком-номинантом которого выступает термин, то, согласно принципам когнитивного терминоведения, специальное понятие и значение термина – феномены не совсем тождественные. Специальное понятие лишь *профилируется* в семантике термина, при этом разные аспекты такого понятия в значении термина отражаются с неодинаковой детализацией, т.е. само понятие и его воплощение в семантике термина разделяет целый ряд промежуточных когнитивных процессов [7], [34].

Важный методологический принцип настоящего исследования заключается также и в том, что существуют связи системных отношений между терминами в рамках терминосистемы конкретной области знания с реляционными и семиотическими отношениями между понятиями в самой референтной сфере (в данном случае речь идет о сфере менеджмента). Отношения между терминологическими единицами могут быть зафиксированы в результате выявления корреляций между объемами семантики данных единиц; такого рода корреляции выполняют семиотическую функцию репрезентации по отношению к понятийным категориям, составляющим семиотическое пространство конкретной области профессиональной деятельности человека. В ходе исследования семиотических функций, которые выполняют выделяемые нами категории и отношения менеджмента, используется классификация знаков Морриса-Пирса.

Основные результаты

Исходный этап нашего исследования представляет собой изучение первичных семантических корреляций терминов сферы менеджмента. Подобное изучение, в первую очередь, предполагает анализ особенностей формирования *семантических оппозиций* в рамках соответствующей терминологии, поскольку оппозитивные отношения являются одними из базовых логических отношений, лежащих в основу как суждений, так и умозаключений [16], [27], [31], вербализуемых, в том числе, и в профессиональном дискурсе. За основу мы берем концепцию семантических терминологических оппозиций, разработанную О.А. Алимурадовым и М.Н. Лату, согласно которой феномен терминологических оппозиций основывается на наличии дифференцирующего семантического компонента в периферийной области семантики термина; вербально данный дифференцирующий компонент может быть представлен во внешней форме классифицирующего терминологического элемента. В периферийной области семантики термина содержится уникальная информация, характеризующая место конкретного видового профессионального понятия, вербализуемого термином, в общей системе управленческого знания. В зависимости от наличия того или иного классифицирующего терминологического элемента возникает эксплицитная (действительная, фактическая) или имплицитная (косвенная, подразумеваемая) семантическая оппозиция [2].

Наличие семантической периферии, вербализуемой классифицирующими терминологическими элементами, предполагает наличие двух и более компонентов в термине. Именно для многокомпонентных терминов характерно образование эксплицитных и имплицитных оппозиций, однако в сфере менеджмента отмечаются случаи возникновения подобных оппозиций у однокомпонентных терминов, например, в сфере финансового менеджмента: *assets* (активы) – *liabilities* (пассивы), *creditors* (кредиторы, кредиторская задолженность) – *debtors* (дебиторы, дебиторская задолженность), *loans* (займы) – *returns* (норма дохода, поступления), *receivables* (дебиторы, дебиторская задолженность) – *payables* (кредиторы, кредиторская задолженность, причитающиеся выплаты); в сфере HR-менеджмента: *employee* (работник) – *non-employee* (не состоящий в трудовых отношениях), *employee* (работник) – *employer* (работодатель), *recruit* (недавно принятый на работу) – *recruiter* (специалист по подбору персонала) [11], [21], [26], [36]. Необходимо отметить, что такого рода случаи достаточно редки, и семантические оппозиции, подобные приведенным выше, можно выстроить, в основном, на основе терминов, заимствованных из других (как правило, смежных) областей знания.

Имплицитные оппозиции предполагают отсутствие как такового прямого оппозиционного термина сферы менеджмента (*financial control* (финансовый контроль) – ???; *financial management* (финансовый менеджмент) – ???; *human resource development* (развитие кадрового потенциала) – ??? и др.), однако в некоторых случаях развитие

управленческого знания может пойти именно по пути замены имплицитной оппозиции на эксплицитную. Как показывает анализ эмпирического материала, в нашей сфере справедливо замечание О.А. Алимуратова и М. Лату о том, что фиксация имплицитных терминологических оппозиций (потенциально возможных, но на момент анализа фактически отсутствующих) помогает наметить потенциальные «точки роста» как терминосистемы, так и соответствующей профессиональной сферы. Забегая несколько вперед, следует отметить, что выявление имплицитных семантических оппозиций позволяет наметить и пути расширения референтной профессиональной сферы *в семиотическом плане*, поскольку на основе такого рода терминологических оппозиций в будущем могут строиться и развиваться *новые понятийные категории*.

Эксплицитная семантическая оппозиция возникает у тех терминов сферы менеджмента, которые вербализуют определенные ментальные репрезентации, которые в рамках профессиональной картины мира формируют оппозиционные ряды, состоящие из двух (традиционно) и более членов. Следует отметить тот факт, что один и тот же термин может участвовать в нескольких эксплицитных оппозициях (*non-employee – employee – employer*) и, как показывает анализ, в нескольких косвенных оппозициях.

Существование эксплицитной оппозиции подразумевает наличие обобщающего семантического компонента, содержащегося в классифицирующих терминологических оппозитивных терминологических единицах и описывающего один из аспектов терминологической номинации в сфере менеджмента. Основообразующий терминологический элемент у многокомпонентного термина обычно является продуктивным (на его основе образуется терминологическая единица-дериват, выступающая одним из членов оппозиции) и системным (служит базисом для формирования оппозитивных отношений, поскольку именно идентичность основообразующих терминологических элементов позволяет говорить о том, что репрезентируемые ими профессиональные понятия, например: *asset* (актив) – *contra-asset* (контрактив); *qualifying asset* (квалифицируемый актив) – *non-qualifying asset* (неквалифицируемый актив); *monetary assets / liquid assets / realizable assets / short-term assets* (ликвидные активы) – *non-monetary assets / non-liquid assets / unrealizable assets / long-term assets* (неликвидные активы); *current assets* (оборотные активы, краткосрочные активы, текущие активы) – *non-current assets* (долгосрочные активы, внеоборотные активы, неликвидные активы) [12], [13], [22], [23].

Примером эксплицитной семантической оппозиции могут послужить управленческие термины (сфера HR-менеджмента), вербализующие степень загрузки сотрудника компании на работе: *part-time position* (работа с загрузкой менее 30 часов в неделю) – *full-time position* (работа с загрузкой не менее 30 часов в неделю). В данном случае с семантической точки зрения понятийное пространство референта *position* (= *job*) (должность, работа) делится по данному компоненту семантики без остатка [2], т.е. данный сотрудник может работать либо более 30 часов в неделю (полную смену), либо менее 30 часов (неполную смену). Деление понятийного пространства на части также можно наблюдать в семантике таких терминов сферы HR-менеджмента, как: *hard skills* (профессионально-технические навыки) – *soft skills* (коммуникативные навыки, социальные навыки). Данные термины вербализуют типы навыков, исходно имеющиеся у сотрудников компании, либо те, которые они должны получить в результате обучения, тренингов и т.д. Еще один синонимичный термин этой же профессиональной сферы *professional skills* (профессиональные навыки) образует также эксплицитную оппозицию с термином *non-professional skills* (непрофессиональные навыки).

Проанализировав отобранные методом сплошной выборки термины сфер финансового, HR-менеджмента и менеджмента организации, мы пришли к выводу о том, что семантические оппозиции терминов не всегда являются эксплицитными, т.е. фактически выраженными, вербализованными теми или иными терминологическими компонентами, а также прочими средствами (например, морфологическими терминологическими элементами). Существование оппозиционных терминологических рядов предполагает наличие определенных базовых аспектов номинации при создании терминологических единиц сферы менеджмента в целом и его составляющих отраслей, рассматриваемых нами в ходе работы более подробно – финансового менеджмента, HR-менеджмента и менеджмента организации.

В основе терминологической номинации в сфере менеджмента лежит задействование того или иного номинативного признака – базового аспекта номинации (БАН), который может совпадать как, например, в следующих терминологических единицах финансового менеджмента (БАН «выдача (под заем средств) – возврат (средств)», БАН «финансы»): *credits* (кредиты) / *loans* (займы) – *returns* (норма дохода, поступления); *accounts payable* (кредиторская задолженность) – *accounts receivable* (дебиторская задолженность); *payables* (кредиторы, кредиторская задолженность, причитающиеся выплаты) – *receivables* (дебиторская задолженность); *payables ledger* (регистр кредиторов) – *receivables ledger* (регистр дебиторов; регистр дебиторской задолженности); *accounts payable turnover* (оборачиваемость кредиторской задолженности) – *accounts receivable turnover* (оборачиваемость дебиторской задолженности) [11], [21], [26], [36] и др. С другой стороны, в предпоследней паре семантических оппозиций присутствует БАН «книга, регистр», в то время как в прочих приведенных терминологических единицах данный аспект номинации отсутствует, однако наличествуют другие.

В целом, сфера менеджмента в связи с ее гетерогенностью характеризуется наличием достаточно большого количества базовых аспектов номинации, например: «тип управления/компании», «уровень/направление управления», «цвет/материал», «время работы/занятость», «активная/пассивная роль», «интенсивность», «направление финансового потока», «направление потока товаров», «пространство/размер», «качество управления», «прямое/опосредованное отношение» [5] и др. В ходе дальнейшего углубленного исследования англоязычных терминов финансового менеджмента, HR-менеджмента и менеджмента организации были также выявлены другие базовые аспекты номинации. Проанализируем их на примере эксплицитных семантических оппозиций, так как они являются наиболее наглядными. Например, в сфере финансового менеджмента к БАН следует отнести: «материальность/нематериальность» (*intangible assets* (нематериальные активы) – *tangible assets* (материальные активы)), «ликвидность/неликвидность» (*monetary assets / liquid assets / realizable assets* (ликвидные активы) – *non-monetary assets / non-liquid assets / unrealizable assets* (неликвидные активы); *current assets* (оборотные активы, краткосрочные активы, текущие активы) – *non-current assets* (долгосрочные активы, внеоборотные активы,

неликвидные активы)); «степень контроля» (*non-controlling interest* (доля меньшинства, неконтролирующая доля) – *controlling interest* (контрольная доля, контрольный пакет); «меньшинство/большинство» (*minority interest* (доля меньшинства) – *majority interest* (доля большинства)), «простота/сложность» (*simple interest* (простые проценты) – *compound interest* (сложные проценты, проценты на проценты)); «долгосрочность/краткосрочность» (*long-term debt / permanent debt / long-term debit / long-term indebtedness* (долгосрочная задолженность) – *medium-term debt* (среднесрочная задолженность) – *shortfall debt / short-term debt / short-term indebtedness* (краткосрочная задолженность); *long-term assets* (долгосрочные активы, внеоборотные активы) – *short-term assets* (краткосрочные активы, оборотные активы); *long-term liabilities* (долгосрочные обязательства) – *short-term liabilities* (краткосрочные обязательства); *long-term financial controlling* (долгосрочный финансовый контроллинг) – *short-term financial controlling* (краткосрочный финансовый контроллинг); *long-term investment* (долгосрочные инвестиции) – *short-term investment* (краткосрочные инвестиции)); «привилегированность/непривилегированность» (*common stock / ordinary shares* (обыкновенные акции) – *preference stock / preferred stock / preference shares / preference shares / preferential stock* (привилегированные акции)), «учет/неучет издержек» (*gross leverage* (валовый левередж) – *net leverage* (нет левередж); *gross price* (цена брутто) – *net price* (цена нетто); *gross cost* (общая стоимость) – *net cost* (себестоимость)); «внешний/внутренний характер» (*foreign bond* (иностранная облигация) – *domestic bond* (внутренняя облигация); *Eurobond* (еврооблигация) – *domestic bond* (внутренняя облигация); *foreign trade deficit* (внешнеторговый дефицит) – *domestic trade deficit* (внутриторговый дефицит)); «направление (горизонталь/вертикаль)» (*horizontal merger* (горизонтальное слияние) – *vertical merger* (вертикальное слияние); *horizontal integration* (горизонтальное слияние) – *vertical integration* (вертикальное слияние); *horizontal spread* (горизонтальный спред) – *vertical spread* (вертикальный спред)) [19], [20], [22], [23] и др.

В сфере HR-менеджмента и менеджмента организации были определены следующие базовые аспекты номинации: «избыток/недостаток» (*man-power deficit / labour shortage* (дефицит рабочей силы, недостаток кадров) – *labour surplus* (избыток кадров)); «квалификация/профессионализм/ непрофессионализм» (*skilled workers* (квалифицированные кадры) – *unskilled workers* (неквалифицированные кадры)); «увольнение/наем» (*recruitment campaign* (кампания по набору персонала) – *dismissal campaign* (кампания по увольнению персонала); *downsizing* (сокращение штата работников, сокращение числа рабочих мест) – *overmanning / overstaffing* (раздувание штата работников); *placement* (предложение кандидатуры, определение на должность) – *outplacement* (трудоустройство уволенных сотрудников); *employee severance* (увольнение работника) – *employee hiring* (наем работников)); «внешний/внутренний характер» (совпадение БАН со сферой финансового менеджмента) (*internal recruiting / internal recruitment* (внутренний набор персонала) – *external recruiting / external recruitment* (внешний набор персонала, набор новых сотрудников); *outsourcing* (аутсорсинг) – *insourcing* (инсорсинг); *internal recruiter* (внутренний рекрутер) – *external recruiter* (внешний рекрутер); *internal consulting* (внутренний консалтинг) – *external consulting* (внешний консалтинг)); «добровольный/принудительный характер» (*unfree labour* (принудительный труд) – *free labour* (добровольный труд); *unsolicited application* (инициативное резюме, незапрашиваемое заявление о приеме на работу) – *solicited application* (запрашиваемое резюме, запрашиваемое заявление о приеме на работу); *voluntary termination of employment / voluntary redundancy* (добровольное сокращение) – *involuntary termination of employment / involuntary redundancy* (принудительное сокращение) (в последней четверке терминов также присутствует БАН «увольнение/наем»)); «трудовые отношения (принадлежность организации)» (*employee* (работник) – *non-employee* (не состоящий в трудовых отношениях); *employee* (работник) – *employer* (работодатель); *recruit* (недавно принятый на работу) – *recruiter* (специалист по подбору персонала)); «оплата труда» (*leave without pay / unpaid leave* (неоплачиваемый отпуск) – *paid (annual) leave* (оплачиваемый трудовой отпуск); *paid position* (оплачиваемая работа) – *unpaid position* (неоплачиваемая работа)) [11], [21], [26], [36] и др.

Благодаря гетерогенности и динамичному развитию терминосистемы сферы менеджмента, а значит – приращению соответствующего научного знания в разных более частных его областях (финансовый менеджмент, HR-менеджмент, менеджмент организации), мы можем наблюдать значительное количество различных базовых аспектов номинации, которые при единичном использовании или в той или иной комбинации способствуют появлению новых терминологических единиц.

При вычленении семантических оппозиций между терминами (как эксплицитных, так и имплицитных) была выявлена интересная закономерность, проявляющаяся в том, что термины в анализируемой сфере и составляющих ее более частных областях профессиональной деятельности репрезентируют не просто специальные понятия, имеющие непосредственное отношение к сфере менеджмента (например, *manager* (менеджер) – *the person who is responsible for managing an organization* [24] (человек, который ответственный за управление организацией)), а понятия, которые можно (и нужно) объединить в группы понятий – *понятийные категории*. Подобные категории представляют собой смысловые компоненты общего характера, свойственные не отдельным словам и системам их форм (в нашем случае – терминам и терминологическим единицам), а обширным классам слов (терминологическим единицам), выражаемые в естественном языке разнообразными средствами [9] и выявляемые на основе оппозитивных отношений и корреляций включения [33]. Таким образом, выстраивается следующая цепь семиотического характера (см. Рисунок 1):

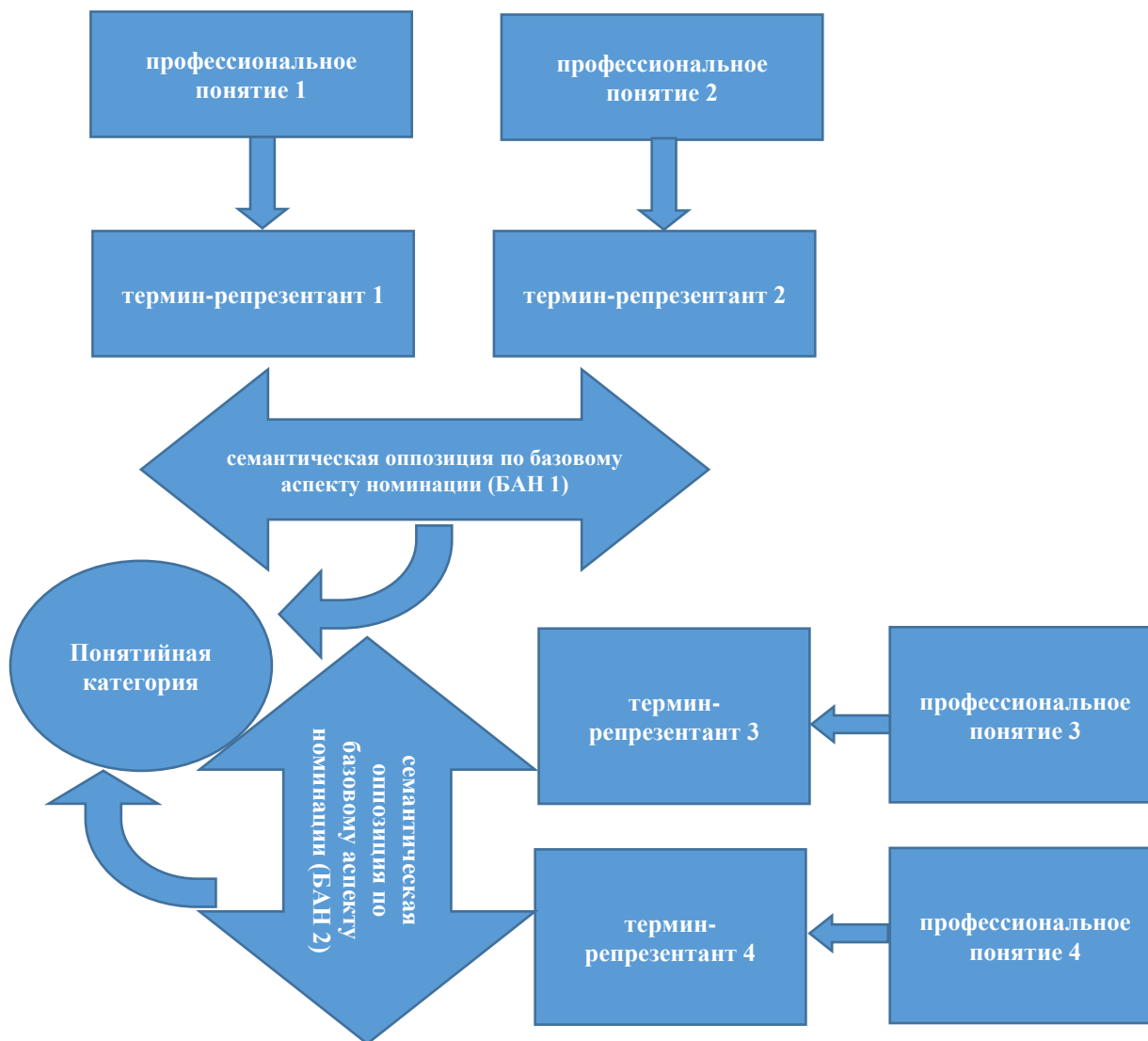


Рис. 1 – Семиотические отношения в сфере менеджмента

Соответственно, второй этап исследования предполагал вычленение соответствующих понятийных категорий в сфере менеджмента и более частных его областях.

На основе анализа эксплицитных (прежде всего) и имплицитных семантических оппозиций в рассматриваемых сферах финансового менеджмента, HR-менеджмента и менеджмента организации были выявлены понятийные категории, представленные семантическими оппозициями, построенными на основе определенных базовых аспектов номинации. Приведем некоторые примеры.

Понятийная категория ИДЕАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН (*non-controlling interest* (доля меньшинства, неконтролирующая доля) – *controlling interest* (контрольная доля, контрольный пакет) (БАН «меньшинство/большинство», БАН «контроль»); *minority interest* (доля меньшинства) – *majority interest* (доля большинства) (БАН «меньшинство/большинство»); *simple interest* (простые проценты) – *compound interest* (сложные проценты, проценты на проценты) (БАН «простота/сложность»); *gross leverage ratio* (коэффициент валового леведреджа) – *net leverage ratio* (коэффициент валового леведреджа) (БАН «учет/неучет издержек»); *market value* (рыночная стоимость) – *cadastral value* (кадастровая стоимость) (БАН «рынок/кадастр»); *yield to call* (досрочная доходность, доходность до срока выкупа, доходность к отзыву) – *yield to maturity* (доходность к погашению) (БАН «долгосрочность/краткосрочность»); *progressive tax* (прогрессивный налог) – *regressive tax* (регрессивный налог) (БАН «прогрессивность/регрессивность»); *gross leverage* (валовый леведредж) – *net leverage* (нет леведредж) (БАН «брутто/нетто»); *gross price* (цена брутто) – *net price* (цена нетто) (БАН «брутто/нетто»); *gross cost* (общая стоимость) – *net cost* (себестоимость) (БАН «брутто/нетто»); *accounts payable* (кредиторская задолженность) – *accounts receivable* (дебиторская задолженность) (БАН «финансы», БАН «направление (денежных потоков)»); *payables* (кредиторская задолженность, причитающиеся выплаты) – *receivables* (дебиторская задолженность) (БАН «финансы», БАН «направление (денежных потоков)»); *credits* (кредиты) / *loans* (займы) – *returns* (норма дохода, поступления) (БАН «финансы», БАН «направление (денежных потоков)»); *balance* (баланс) – *counter-balance* (контрбаланс) (БАН «направление», БАН «финансы»); *foreign trade deficit* (внешнеторговый дефицит) – *domestic trade deficit* (внутриторговый дефицит) (БАН «внешний/внутренний характер»); *deficit* (дефицит) – *profit* / *surplus* (профицит); *EBITDA* (прибыль до уплаты налогов, процентов, износа и амортизации (ПДПНИД)) – *after-tax earnings, net profit* (прибыль после уплаты налогов, прибыль после налогообложения, чистая прибыль) (БАН «финансы», БАН «направление (денежных потоков)»); *expense* (расходы) – *income* (доходы) (БАН «финансы», БАН «направление (денежных потоков)»); *expenses / costs / expenditures* (расходы) – *revenue / comings / gainings / earnings / income* (доходы) (БАН «финансы», БАН «направление (денежных потоков)»); *taxable income* (облагаемый налогом доход) – *non-taxable*

income (необлагаемый налогом доход) (БАН «финансы», БАН «налогооблагаемость»); *non-pecuniary benefits* (нефинансовая выгода) – *pecuniary benefits* (финансовая выгода) (БАН «финансы», БАН «оплата труда»); *long equity funds* (долгосрочный фонд акционерного капитала) – *short equity funds* (краткосрочный фонд акционерного капитала) (БАН «долгосрочность/краткосрочность»); *long-term debt / funded debt / permanent debt / long-term debit / long-term indebtedness / fixed indebtedness* (долгосрочная задолженность) – *medium-term debt* (среднесрочная задолженность) – *floating debt / unfunded debt / shortfall debt / short-term debt / short-term indebtedness* (краткосрочная задолженность) (БАН «долгосрочность/краткосрочность»); *long-term liabilities* (долгосрочные обязательства) – *short-term liabilities* (краткосрочные обязательства) (БАН «долгосрочность/краткосрочность»); *put option* (опцион пут) – *call option* (опцион колл) (БАН «направление»); *man-power deficit / labour shortage* (дефицит рабочей силы, недостаток кадров) – *labour surplus* (избыток кадров) (БАН «избыток/недостаток»); *long-term financing policy* (долгосрочная финансовая политика) – *short-term financing policy* (краткосрочная финансовая политика) (БАН «долгосрочность/краткосрочность»); *innovative short-term financing policy* (агрессивная краткосрочная финансовая политика) – *conservative short-term financing policy* (консервативная краткосрочная финансовая политика) (БАН «долгосрочность/краткосрочность», БАН «инновационность/консервативность»); *long hedges* (длинные хеджи) – *short hedges* (короткие хеджи) (БАН «долгосрочность/краткосрочность», БАН «длина») [29], [30], [36], [37] и др.

Семиотически репрезентируемая в семантике анализируемых терминов понятийная категория ОБЪЕКТ (*unsolicited application* (инициативное резюме, незапрашиваемое заявление о приеме на работу) – *solicited application* (запрашиваемое резюме, запрашиваемое заявление о приеме на работу) (БАН «добровольный характер/принудительный характер»); *purchases ledger* (книга покупок) – *sales ledger* (книга продаж) (БАН «направление (потока товара)»); *payables ledger* (регистр кредиторов) – *receivables ledger* (регистр дебиторов; регистр дебиторской задолженности); *accounts payable ledger* (книга кредиторов, книга закупок; книга счетов, подлежащих оплате) – *accounts receivable ledger* (книга дебиторов, книга учета дебиторской задолженности); *debtors ledger* (регистр дебиторов, аналитический журнал учета дебиторов, регистр продаж) – *creditors ledger* (регистр кредиторов; аналитический журнал учёта кредиторов, регистр закупок) (БАН «направление (денежного потока)»); *intangible asset* (нематериальные активы) – *tangible assets / fixed assets* (материальные активы) (БАН «материальность/нематериальность»); *asset* (актив) – *contra-asset* (контрактив) (БАН «направление»); *assets* (активы) – *liabilities (and equity)* (пассивы) (БАН «активность/пассивность»); *qualifying asset* (квалифицируемый актив) – *non-qualifying asset* (неквалифицируемый актив) (БАН «квалифицируемость/неквалифицируемость»); *monetary assets / liquid assets / realizable assets / short-term assets* (ликвидные активы) – *non-monetary assets / non-liquid assets / unrealizable assets / long-term assets* (неликвидные активы); *current assets* (оборотные активы, краткосрочные активы, текущие активы) – *non-current assets* (долгосрочные активы, внеоборотные активы, неликвидные активы); *long-term assets* (долгосрочные активы, внеоборотные активы) – *short-term assets* (краткосрочные активы, оборотные активы); *non-operating assets* (неоперационные активы, неоперативные активы, неосновные активы) – *operating assets* (операционные активы, оперативные активы, текущие активы) (БАН «ликвидность/неликвидность», БАН «долгосрочность/краткосрочность», БАН «оперативный/неоперативный характер»); *irredeemable shares* (акция без права погашения, акция, не подлежащая выкупу, непогашаемая акция) – *redeemable shares* (акция с правом погашения; акция, подлежащая выкупу, погашаемая акция) (БАН «погашаемость/непогашаемость»); *cheque* (чек) – *dishonoured cheque* (опротестованный чек) (БАН «законность/опротестование»); *foreign bond* (иностранная облигация) – *domestic bond* (внутренняя облигация); *Eurobond* (еврооблигация) – *domestic bond* (внутренняя облигация) (БАН «внешний/внутренний характер»); *floating-rate bond* (облигация с плавающей процентной ставкой) – *fixed rate bond* (облигация с фиксированной процентной ставкой) (БАН «фиксированный/нефиксированный характер»); *government bonds* (облигации государственного займа, государственные ценные бумаги, правительственные облигации, государственные облигации) – *corporate bonds* (облигации компаний, корпоративные облигации, промышленные облигации, облигации предприятий, облигации корпораций) (БАН «источник выпуска (ценных бумаг)»); *common stock / ordinary shares* (обыкновенные акции) – *preference stock / preferred stock / preference shares / preference shares / preferential stock* (привилегированные акции) (БАН «обыкновенность/привилегированность») [29], [30], [36], [37] и др.

Понятийная категория ПРОЦЕСС формируется как результат обобщения следующих базовых аспектов номинации: *long-term financial controlling* (долгосрочный финансовый контроль) – *short-term financial controlling* (краткосрочный финансовый контроль); *long-term investment* (долгосрочные инвестиции) – *short-term investment* (краткосрочные инвестиции); *long-term financing* (долгосрочное финансирование) – *short-term financing* (краткосрочное финансирование) (БАН «долгосрочность/краткосрочность»); *direct investment* (прямые (реальные) инвестиции) – *indirect investment* (непрямые инвестиции) (БАН «прямой/непрямой характер»); *horizontal merger* (горизонтальное слияние) – *vertical merger* (вертикальное слияние); *horizontal integration* (горизонтальное слияние) – *vertical integration* (вертикальное слияние) (БАН «направление слияния»); *voluntary merger* (добровольное слияние) – *hostile merger* (враждебное слияние); *voluntary termination of employment / voluntary redundancy* (добровольное сокращение) – *involuntary termination of employment / involuntary redundancy* (принудительное сокращение) (БАН «добровольный/принудительный характер»); *internal recruiting / internal recruitment* (внутренний набор персонала) – *external recruiting / external recruitment* (внешний набор персонала, набор новых сотрудников) (БАН «внешний/внутренний характер»); *downsizing* (сокращение штата работников, сокращение числа рабочих мест) – *overmanning / overstaffing* (раздувание штата работников) (БАН «размер»); *placement* (предложение кандидатуры, определение на должность) – *outplacement* (трудоустройство уволенных сотрудников); *internal consulting* (внутренний консалтинг) – *external consulting* (внешний консалтинг); *outsourcing* (аутсорсинг) – *insourcing* (инсорсинг) (БАН «внешний/внутренний характер», БАН «трудовые отношения (принадлежность организации)»); *centralization* (централизация) – *decentralization* (децентрализация) (БАН «направление»); *linear risk hedging* (хеджирование линейных рисков) – *nonlinear risk hedging* (хеджирование нелинейных рисков) (БАН «линейность/нелинейность»); *employee severance* (увольнение работника) – *employee hiring* (наем работников) (БАН «трудовые отношения (принадлежность организации)»); *self-assessment* (самообложение налогом,

самостоятельное определение размера налога) – *assessment* (определение размера налога, обложение налогом) (БАН «добровольный/принудительный характер», БАН «самостоятельность/несамостоятельность»); *interorganizational communication* (межорганизационная коммуникация) – *intraorganizational communication* (внутриорганизационная коммуникация) (БАН «внешний/внутренний характер») [29], [30], [36], [37] и др.

Категория ДЕЯТЕЛЬ раскрывается в следующих базовых аспектах номинации: *top-level manager* (топ-менеджер, менеджер высшего звена) – *middle-level manager* (менеджер среднего звена) – *lower-level manager* (менеджер низшего звена) (БАН «уровень управления»); *creditors* (кредиторы, кредиторская задолженность) – *debtors* (дебиторы, дебиторская задолженность) (БАН «долговые обязательства»); *acquiree / target company / absorbed company* (компания-мишень, компания-цель, приобретаемая компания) – *acquirer / acquiring company* (компания-покупатель) (БАН «направление (поглощения)»); *employee* (работник) – *non-employee* (не состоящий в трудовых отношениях); *employee* (работник) – *employer* (работодатель); *recruit* (недавно принятый на работу) – *recruiter* (специалист по подбору персонала) (БАН «трудовые отношения (принадлежность организации)»); *internal recruiter* (внутренний рекрутер) – *external recruiter* (внешний рекрутер) (БАН «трудовые отношения (принадлежность организации)», БАН «место/пространство»); *skilled workers* (квалифицированные кадры) – *unskilled workers* (неквалифицированные кадры) (БАН «квалификация/профессионализм/непрофессионализм») [11], [12], [13], [19] и др.

Понятийная категория СИТУАЦИЯ (*recruitment campaign* (кампания по набору персонала) – *dismissal campaign* (кампания по увольнению персонала) (БАН «направление», БАН «увольнение/наем», БАН «трудовые отношения (принадлежность организации)»); *leave without pay / unpaid leave* (неоплачиваемый отпуск) – *paid (annual) leave* (оплачиваемый трудовой отпуск) (БАН «оплата труда»); *unauthorized leave / unauthorised absence* (прогул) – *authorised absence* (неявка на работу по уважительной причине) (БАН «запрет/разрешение»); *underemployment* (занятость на неполный рабочий день, занятость на условиях неполного рабочего дня) – *full-time employment* (занятость на полный рабочий день, занятость на условиях полного рабочего дня) (БАН «занятость»)) [11], [12], [13], [19] и др.

Понятийная категория ЛОКУС (*primary market* (первичный рынок) – *secondary market* (вторичный рынок) (БАН «первичность/вторичность»); *paid position* (оплачиваемая работа) – *unpaid position* (неоплачиваемая работа) (БАН «оплата труда»); *part-time position* (работа с загрузкой менее 30 часов в неделю) – *full-time position* (работа с загрузкой не менее 30 часов в неделю) (БАН «занятость»); *quota job* (квотируемое рабочее место) – *no quota job* (неквотируемое рабочее место) (БАН «квотируемость/неквотируемость») [20], [21], [22], [23] и др.

Понятийная категория ХАРАКТЕРИСТИКА (*hard skills* (профессионально-технические навыки) – *soft skills* (коммуникативные навыки, социальные навыки) (БАН «физические свойства», БАН «характер (навыков)»); *horizontal spread* (горизонтальный спред) – *vertical spread* (вертикальный спред) (БАН «направление (горизонталь/вертикаль)»)) [26], [29], [30], [36] и др.

В ходе работы были определены частотные (например, БАН «долгосрочность/краткосрочность», БАН «направление» (и его разновидности), БАН «трудовые отношения (принадлежность организации)») и окказиональные (например, БАН «физические свойства») базовые аспекты номинации. Наиболее частотными понятийными категориями, которые вербализуются термины сферы менеджмента – финансового менеджмента, HR-менеджмента и менеджмента организации, выступают: ИДЕАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН, ОБЪЕКТ, ПРОЦЕСС, ДЕЯТЕЛЬ, менее частотны – СИТУАЦИЯ, ЛОКУС, ХАРАКТЕРИСТИКА.

Выделяемые нами категории непосредственно коррелируют с номинативным признаком – базовым аспектом номинации, по которому строится терминологическая оппозиция, однако вместе с этим не дублируют данные признаки. Таким образом, мы приходим к выводу о том, что в выделяемых нами категориях могут объединяться два и более номинативных признака, обычно близких по содержанию или могущих сочетаться между собой.

На третьем этапе исследования была предпринята попытка выявить и проиллюстрировать на конкретных примерах из терминологической выборки, какую знаковую функцию выполняют и какой статус имеют выделяемые нами понятийные категории и термины, их вербализующие, по классификации знаков Ч. У Морриса и Ч. С. Пирса. Ученые различают:

- 1) *знаки-символы* (символические знаки, или условные, конвенциональные знаки);
- 2) *знаки-индексы* (индексальные знаки, или знаки-признаки);
- 3) *знаки-иконы* (или иконические знаки, реже – знаки-копии, знаки-изображения) [18], [25], [32].

Так, в рамках нашего исследования к знакам-символам относится такая понятийная категория (и соответствующие эксплицитные оппозиции), как ИДЕАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН (*interest, ratio, value, coefficient, multiplier* и др.): *high interest rate* (высокая процентная ставка) – *low interest rate* (низкая процентная ставка), *high efficiency ratio (of management)* (высокий коэффициент эффективности (управления)) – *low efficiency ratio (of management)* (низкий коэффициент эффективности (управления)) [11], [20], [29], [36], так как данные категории являются скорее условными, принятыми определенными группами людей или организациями (например, *процентная ставка, коэффициент, стоимость* и др.).

Знаки-индексы представлены остальными категориями понятий (ОБЪЕКТ, ПРОЦЕСС, ДЕЯТЕЛЬ, СИТУАЦИЯ, ЛОКУС), кроме категории ХАРАКТЕРИСТИКА. Приведем некоторые примеры семантических оппозиций, характеризующихся индексальностью и относящихся, в частности, к категории ДЕЯТЕЛЬ: *line manager* (линейный менеджер) – *non-line manager* (нелинейный менеджер), *micro-manager* (менеджер-интегратор) – *general manager* (генеральный директор, главный менеджер) и др.

Знаки-иконы скорее относятся к различным изображениям, рисункам, чертежам, схемам, имеющим непосредственное отношение к сфере менеджмента и его более частным областям (финансовому менеджменту, HR-менеджменту, менеджменту организации), однако сюда мы также причисляем понятийную категорию ХАРАКТЕРИСТИКА (*spread* и др.): *vertical spread* (вертикальный спред) – *horizontal spread* (горизонтальный спред), *credit spread* (кредитный спред) – *debit spread* (дебитный спред), *call spread* (колл-спред) – *put spread* (пут-спред) [23], [26], [29], [36].

Заключение

В результате анализа мы приходим к выводу о том, что терминологическая номинация в рамках сферы менеджмента в целом и его более частных областей (финансового менеджмента, HR-менеджмента и менеджмента организации) идет по пути использования достаточно большого числа номинативных признаков – базовых аспектов номинации. Использование нескольких аспектов номинации предполагает их близость по содержанию или возможность сочетаться между собой. Были выделены частотные и окказиональные базовые аспекты номинации. Все отобранные для анализа терминологические единицы, вступающие, в частности, в эксплицитные оппозиции, репрезентируют некоторые понятийные категории (по частотности): ИДЕАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН, ОБЪЕКТ, ПРОЦЕСС, ДЕЯТЕЛЬ, СИТУАЦИЯ, ЛОКУС, ХАРАКТЕРИСТИКА. В семиотическом плане терминология менеджмента гетерогенна и включает, главным образом, знаки-индексы и знаки-символы, в меньшей степени – знаки-иконны.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Алимуратов О. А. Смысл. Концепт. Интенциональность / О. А. Алимуратов. – Пятигорск: Изд-во ПГЛУ, 2003. – 305 с.
2. Алимуратов О. А. Особенности моделирования семантики терминоединиц. Терминологические оппозиции (на материале англоязычной военной терминологии) / О. А. Алимуратов, М. Н. Лату // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2010. – № 3. – С. 6–15.
3. Голованова Е. И. Введение в когнитивное терминоведение: учебное пособие / Е. И. Голованова. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 221 с.
4. Горбунов Е. Ю. Семиотико-синергетические принципы тезаурусного моделирования семантического поля термина lexicology 'лексикология' / Е. Ю. Горбунов // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2015. – № 2 (86). – С. 46–53.
5. Горбунова Н. Н. Современная англоязычная терминосистема сферы менеджмента: структурно-семантическая и когнитивно-фреймовая характеристика / Н. Н. Горбунова: автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Пятигорск, 2014. – 29 с.
6. Ефремова Л. С. Проявление амбисемии и эврисемии в семантической структуре термина (на материале английской IT-терминологии) / Л. С. Ефремова // Известия Саратовского университета. Сер.: Филология. Журналистика. – 2021. – № 2. – С. 155–160.
7. Лату М. Н. К вопросу об объеме репрезентации когнитивных знаний в структуре семантики лексических единиц в динамике их развития / М. Н. Лату // Когнитивные исследования языка. – 2010. – № 6. – С. 318–321.
8. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. – М.: Изд-во ЛКИ, 2007. – 256 с.
9. Понятийные категории. Лингвистический энциклопедический словарь. – [Электронный ресурс]. URL: https://les.academic.ru/889/Понятийные_категории (дата обращения: 01.07.2021).
10. Шпальченко Э. П. Текст как семиотический знак, отражающий специфику предметной области «Военная авиация» / Э. П. Шпальченко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – № 6. – С. 243–248.
11. Brigham E. F. Financial Management. Theory and Practice / E. F. Brigham, M. C. Ehrhardt. 12th ed. – N.Y.: Thomson East-Western, 2008. – 1100 p.
12. Brigham E. F. Fundamentals of Financial Management / E. F. Brigham, J. F. Houston. Concise Sixth Edition. – N.Y.: South-Western Cengage Learning, 2009. – 627 p.
13. Cheng-Few Lee Encyclopedia of Finance / Lee Cheng-Few, A. C. Lee. 2nd ed. – London – N.Y.: Springer, 2013. – 1020 p.
14. Clegg S. Managing & Organizations. An Introduction to Theory and Practice / S. Clegg, M. Kornberger, T. Pitsis. – London: SAGE, 2011. – 845 p.
15. Cobley P. The Routledge Companion to Semiotics and Linguistics / P. Cobley. – London – N.Y.: Routledge, 2005. – 353 p.
16. Divjak D. Structuring the lexicon. A clustered model for near-synonymy / D. Divjak. – Berlin – N.Y., 2010. – 280 p.
17. Eco U. Semiotics and the Philosophy of Language / U. Eco. – London: MACMILLAN, 1984. – 133 p.
18. Fitzgerald J. Peirce's Theory of Signs as a Foundation for Pragmatism. – The Hague: Mouton, 1966. – 182 p.
19. Heding T. Brand Management Research, Theory and Practice. Brand Management: Research, Theory and Practice / T. Heding, Ch. Knudtzen, M. Bjerre. – N.Y., 2009. – 286 p.
20. Ho T. S. Y. The Oxford Guide to Financial Modeling. Applications for Capital Markets, Corporate Finance, Risk Management, and Financial Institutions / T. S. Y. Ho, Sang Bin Lee. – Oxford: Oxford University Press, 2004. – 735 p.
21. Human Resources Management: Concepts, Methodologies, Tools and Applications. Vol. I. Information Resources Management Association, USA. – Hershey, PA: Business Science Reference (an imprint of IGI Global), 2012. – 1551 p.
22. Jorion Ph. Financial Risk Manager Handbook / Ph. Jorion. Sixth ed. FRM Part I / Part II. – Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2011. – 819 p.
23. Lingvolive.com. – [Electronic resource]. URL: <https://www.lingvolive.com/> (accessed: 01.07.2021).
24. Manager. Cambridge Dictionary. – [Electronic resource]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/manager> (accessed: 01.07.2021).
25. Morris Ch. W. Foundations of the Theory of Signs. Chicago: University of Chicago Press, Cambridge University Press, 1938. 59 p.
26. Multitran.com. – [Electronic resource]. URL: <https://www.multitran.com/> (accessed: 01.07.2021).

27. Murphy M. L. Semantic Relations and the Lexicon. Antonymy, Synonymy, and Other Paradigms / M. L. Murphy. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 292 p.
28. Oswald L. R. Creating Value. The Theory and Practice of Marketing Semiotics Research / L. R. Oswald. – Oxford: Oxford University Press, 2015. – 189 p.
29. Rothwell W. J. The Encyclopedia of Human Resource Management. HR Forms and Job Aids / W. J. Rothwell. Vol. 2. – San Francisco, CA: Pfeiffer (A Wiley Imprint), 2012. – 369 p.
30. Savings Institutions, Credit Unions, Finance Companies, and Mortgage Companies. – N.Y., 2017. – 852 p.
31. Schang F. Oppositions and Opposites / F. Schang // Around and Beyond the Square of Opposition: Studies in Universal Logic / Ed. by J.-Y. Béziau & D. Jacquette. – 2012. – pp. 147-173. – DOI 10.1007/978-3-0348-0379-3_11.
32. Sebeok T. A. An Introduction to Semiotics / T. A. Sebeok. – London: Pinter Publishers, 1994. – 161 p.
33. Spivak D. I. Category Theory for the Sciences / D. I. Spivak. – Cambridge, MA; – London: The MIT Press, 2014. – 486 p.
34. Temmerman R. Towards New Ways of Terminology Description: The Socio-Cognitive Approach / R. Temmerman. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 2000. – 258 p.
35. Temmerman R. Dynamics and Terminology / R. Temmerman, M. Van Campenhout. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2014. – 305 p.
36. Van Deventer D.R. Advanced Financial Risk Management. Tools and Techniques for Integrated Credit Risk and Interest Rate Risk Management / D. R. Van Deventer, K. Imai, M. Mesler. 2nd ed. – Singapore: Wiley, 2013. – 840 p.
37. Van Gestel T. Credit Risk Management. Basic Concepts: financial risk components, rating analysis, models, economic and regulatory capital / T. Van Gestel, B. Baesens. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 535 p.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Alimuradov O. A. Smysl. Kontsept. Intentsionalnost [Sense. Concept. Intentionality] / O. A. Alimuradov. – Pyatigorsk: PGLU Publishing house, 2003. – 305 p. [in Russian]
2. Alimuradov O. A. Osobennosti modelirovaniya semantiki terminoedinit. Terminologicheskie oppozitsii (na materiale angloyazychnoy voennoy terminologii) [Some peculiarities of semantics modeling of terminological units. Terminological oppositions] / O. A. Alimuradov, M. N. Latu // Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta [Irkutsk State Linguistic University Bulletin]. – 2010. – № 3. – pp. 6–15. [in Russian]
3. Golovanova E. I. Vvedenie v kognitivnoe terminovedenie: uchebnoe posobie [Introduction to the cognitive terminology studies: textbook] / E. I. Golovanova. – M.: Flinta: Nauka, 2011. – 221 p. [in Russian]
4. Gorbunov E. Yu. Semiotiko-sinergeticheskie printsipy tezaurnogo modelirovaniya semanticheskogo polya termina lexicology 'leksikologiya' [Semiotic-synergetic principles of thesaurus modelling of the semantic field of the lexicology] / E. Yu. Gorbunov // Vestnik Chuvashskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. I. Ya. Yakovleva [I. Ya. Yakovlev Chuvashia State Teacher-Training University Bulletin]. – 2015. – № 2 (86). – pp. 46-53. [in Russian]
5. Gorbunova N. N. Sovremennaya angloyazychnaya terminosistema sfery menedzhmenta: strukturno-semanticheskaya i kognitivno-freymovaya kharakterizatsiya [Modern English-language management terminology system: structural-semantic and cognitive-frame characterization] / N. N. Gorbunova: Abstract of PhD thesis in Philology: 10.02.04. – Pyatigorsk, 2014. – 29 p. [in Russian]
6. Efremova L. S. Proyavlenie ambisemii i evrisemii v semanticheskoy strukture termina (na materiale angliyskoy IT-terminologii) [The manifestation of ambisemy and evrisemy in the semantic structure of the term (based on the material of the English IT terminology)] / L. S. Efremova // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Ser.: Filologiya. Zhurnalistska [Saratov University Bulletin. Philology. Journalism series]. – 2021. – № 2. – pp. 155–160. [in Russian]
7. Latu M. N. K voprosu ob obyome reprezentatsii kognitivnykh znaniy v strukture semantiki leksicheskikh edinit v dinamike ikh razvitiya [The issue of the volume of representation of cognitive knowledge in the structure of semantics of lexical units in the dynamics of their development] / M. N. Latu // Kognitivnye issledovaniya yazyka [Cognitive studies of language]. – 2010. – № 6. – pp. 318–321. [in Russian]
8. Leychik V. M. Terminovedenie: predmet, metody, struktura [Terminology studies: subject, methods, structure] / V. M. Leychik. – M.: LKI, 2007. – 256 p. [in Russian]
9. Ponyatiynye kategorii. Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar [Notional categories. Linguistic Encyclopedic Dictionary]. – [Electronic resource]. URL: https://les.academic.ru/889/Понятийные_категории (accessed: 01.07.2021). [in Russian]
10. Shpalchenko E. P. Tekst kak semioticheskiy znak, otrazhayushchiy spetsifiku predmetnoy oblasti «Voennaya aviatsiya» [Text as a semiotic sign reflecting the specificity of the subject sphere «Military aviation»] / E. P. Shpalchenko // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philological sciences. The issues of theory and practice]. – 2020. – № 6. – pp. 243-248. [in Russian]
11. Brigham E. F. Financial Management. Theory and Practice / E. F. Brigham, M. C. Ehrhardt. 12th ed. – N.Y.: Thomson East-Western, 2008. – 1100 p.
12. Brigham E. F. Fundamentals of Financial Management / E. F. Brigham, J. F. Houston. Concise Sixth Edition. – N.Y.: South-Western Cengage Learning, 2009. – 627 p.
13. Cheng-Few Lee Encyclopedia of Finance / Lee Cheng-Few, A. C. Lee. 2nd ed. – London – N.Y.: Springer, 2013. – 1020 p.
14. Clegg S. Managing & Organizations. An Introduction to Theory and Practice / S. Clegg, M. Kornberger, T. Pitsis. – London: SAGE, 2011. – 845 p.
15. Copley P. The Routledge Companion to Semiotics and Linguistics / P. Copley. – London – N.Y.: Routledge, 2005. – 353 p.
16. Divjak D. Structuring the lexicon. A clustered model for near-synonymy / D. Divjak. – Berlin – N.Y., 2010. – 280 p.
17. Eco U. Semiotics and the Philosophy of Language / U. Eco. – London: MACMILLAN, 1984. – 133 p.
18. Fitzgerald J. Peirce's Theory of Signs as a Foundation for Pragmatism. – The Hague: Mouton, 1966. – 182 p.

19. Heding T. Brand Management Research, Theory and Practice. Brand Management: Research, Theory and Practice / T. Heding, Ch. Knudtzen, M. Bjerre. – N.Y., 2009. – 286 p.
20. Ho T. S. Y. The Oxford Guide to Financial Modeling. Applications for Capital Markets, Corporate Finance, Risk Management, and Financial Institutions / T. S. Y. Ho, Sang Bin Lee. – Oxford: Oxford University Press, 2004. – 735 p.
21. Human Resources Management: Concepts, Methodologies, Tools and Applications. Vol. I. Information Resources Management Association, USA. – Hershey, PA: Business Science Reference (an imprint of IGI Global), 2012. – 1551 p.
22. Jorion Ph. Financial Risk Manager Handbook / Ph. Jorion. Sixth ed. FRM Part I / Part II. – Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2011. – 819 p.
23. Lingvolive.com. – [Electronic resource]. URL: <https://www.lingvolive.com/> (accessed: 01.07.2021).
24. Manager. Cambridge Dictionary. – [Electronic resource]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/manager> (accessed: 01.07.2021).
25. Morris Ch. W. Foundations of the Theory of Signs. Chicago: University of Chicago Press, Cambridge University Press, 1938. 59 p.
26. Multitran.com. – [Electronic resource]. URL: <https://www.multitran.com/> (accessed: 01.07.2021).
27. Murphy M. L. Semantic Relations and the Lexicon. Antonymy, Synonymy, and Other Paradigms / M. L. Murphy. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 292 p.
28. Oswald L. R. Creating Value. The Theory and Practice of Marketing Semiotics Research / L. R. Oswald. – Oxford: Oxford University Press, 2015. – 189 p.
29. Rothwell W. J. The Encyclopedia of Human Resource Management. HR Forms and Job Aids / W. J. Rothwell. Vol. 2. – San Francisco, CA: Pfeiffer (A Wiley Imprint), 2012. – 369 p.
30. Savings Institutions, Credit Unions, Finance Companies, and Mortgage Companies. – N.Y., 2017. – 852 p.
31. Schang F. Oppositions and Opposites / F. Schang // Around and Beyond the Square of Opposition: Studies in Universal Logic / Ed. by J.-Y. Béziau & D. Jacquette. – 2012. – pp. 147-173. – DOI 10.1007/978-3-0348-0379-3_11.
32. Sebeok T. A. An Introduction to Semiotics / T. A. Sebeok. – London: Pinter Publishers, 1994. – 161 p.
33. Spivak D. I. Category Theory for the Sciences / D. I. Spivak. – Cambridge, MA; – London: The MIT Press, 2014. – 486 p.
34. Temmerman R. Towards New Ways of Terminology Description: The Socio-Cognitive Approach / R. Temmerman. – Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Co., 2000. – 258 p.
35. Temmerman R. Dynamics and Terminology / R. Temmerman, M. Van Campenhoudt. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2014. – 305 p.
36. Van Deventer D.R. Advanced Financial Risk Management. Tools and Techniques for Integrated Credit Risk and Interest Rate Risk Management / D. R. Van Deventer, K. Imai, M. Mesler. 2nd ed. – Singapore: Wiley, 2013. – 840 p.
37. Van Gestel T. Credit Risk Management. Basic Concepts: financial risk components, rating analysis, models, economic and regulatory capital / T. Van Gestel, B. Baesens. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 535 p.

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.118>

ОСОБЕННОСТИ СЕРИЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В КИТАЕ

Научная статья

Грищенко А.С.^{1,*}, Мамаева Д.М.²

^{1,2} Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, Россия

* Корреспондирующий автор (alina.grishchenko.93[at]mail.ru)

Аннотация

В данной статье рассматривается специфика китайской социальной рекламы на примере трех серий. Особое внимание уделяется построению рекламы в рамках графического дизайна, а также проводится анализ ее лингвистических особенностей. Авторы выявляют проблематику разработки серии плакатов. Данный материал позволяет ознакомиться с сериями социальной рекламы и ее особенностями на территории Китая для большего понимания китайской культуры. Социальная тема затрагивает все слои общества, а также актуальна во всех странах мира. Отношения между Россией и Китаем развиваются с огромной скоростью, а также растет товарооборот между двумя этими странами, что требует еще большего внимания к социальной обстановке в стране.

Ключевые слова: реклама, социальная реклама, китайский язык, графический дизайн, лингвистика.

FEATURES OF SOCIAL ADVERTISING SERIES IN CHINA

Research article

Grishchenko A.S.^{1,*}, Mamaeva D.M.²

^{1,2} Pacific National University, Khabarovsk, Russia

* Corresponding author (alina.grishchenko.93[at]mail.ru)

Abstract

This article examines the specifics of Chinese social advertising on the basis of of three series. Special attention is paid to the creation of advertising within the framework of graphic design, as well as an analysis of its linguistic features. The authors of the article identify the problems of developing a series of posters. This material helps learn about the series of social advertising and its features in China for a better understanding of Chinese culture. The social theme affects all segments of society and is also relevant in all countries of the world. Relations between Russia and China are developing at a tremendous speed and the trade turnover between the two countries is growing, which requires even more attention to the social situation in the country.

Keywords: advertising, social advertising, Chinese language, graphic design, linguistics.

С ускорением процесса глобализации и с увеличением международной торговли многонациональные компании требуют выхода на международный рынок, что способствует быстрому развитию международной рекламной индустрии. Цель рекламы – направить потребителей в удивительный мир товаров, чтобы заинтересовать их купить тот или иной товар после того, как они услышат, увидят или прочтут рекламу.

Реклама – это не просто объявление, извещение, ознакомление, напоминание, но и средство привлечения внимания, создание имиджа и известности. Рекламный процесс направлен главным образом на формирование и закрепление в сознании адресата устойчивых стереотипов образов жизни, мышления, морали и нравственности, что является неотъемлемой частью формирования общественного сознания» [4, С. 261].

Социальная реклама – это вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к жизненно важным проблемам общества и его нравственным ценностям. Предназначение социальной рекламы – гуманизация общества и формирование нравственных ценностей [5, С. 3].

Язык – это инструмент для выражения мыслей, а стилистика – это искусство языкового выражения, а также отражение социальной культуры, истории и способов мышления каждой нации или языка. С точки зрения коммуникации, реклама – это разновидность коммуникативного поведения. Создатель рекламы – это тот же оратор, задача которого – распространить информацию, а роль потребителя – это получатель, задача которого – получать информацию. Чтобы увеличить объем информации в рекламе, увеличить имидж о продуктах, а также привлечь и побудить потребителей купить товар, создатели рекламы обычно используют различные стилистические, а также графические и визуальные приемы для достижения цели. Стилистические, графические и визуальные средства делают рекламу более привлекательной и более эффективной при передаче информации.

Половиной успеха любой рекламы, безусловно, является удачный дизайн. Грамотно разработанная реклама всегда притягивает взгляд, подсознательно воспринимается красивой и позволяет максимально выразить идею и назначение рекламного материала. Это достигается в первую очередь благодаря законам композиции: наличием композиционного центра, доминантой, единством, гармонией и равновесием. Такая реклама вероятнее привлечет потребителя и поможет в продвижении товара или идеи. Поэтому первоочередным в дизайне рекламы является композиционное решение.

Разрабатывая рекламу, дизайнер в первую очередь работает над образом, который лежит в основе композиции. Художественный образ как сложное явление зависит от условий своего проявления, субъективной оценки зрителя и прочих факторов. Он обладает качествами индивидуальности и абстрактности восприятия. В рекламе, как ни в какой другой сфере, особенно проявляются именно эти характеристики художественного образа [2]. Художественный образ всегда отвечает на запрос своего времени и того, что волнует в момент создания автора и зрителя. Особенно ярко художественный образ применяется в социальной рекламе. Такой вид рекламы – очень эффективное «оружие». Она сама, к сожалению, не может изменить мир, однако может стать четким напоминанием о том, что людям нужно что-то

менять. Независимо от того, коммерческая реклама или социальная, у неё всегда есть свои особенности. Реклама должна хорошо восприниматься зрителем, быть видна на расстоянии и быть понятной. Посмотрев на неё, у зрителя откладывается в голове определённый образ, и формируются необходимые создателю мысли.

Общность, целостность, единство рекламы имеют огромное значение, особенно если дизайнер работает не над одной рекламой, а сразу над серией. Структура – самое важное в создании серии рекламы. Расположение логотипа, слогана, композиционного центра, цветовое решение – всё это неизменно переходит из одного макета в другой. Если художественный образ, который является композиционным центром, меняется, зритель всё равно считает принадлежность рекламы к серии, если прежде видел уже другой вариант. При этом такая «новизна» сильнее задерживает внимание зрителя, что полезно для создателя рекламы. Следовательно, серия рекламных плакатов продвигает товар или идею эффективнее, чем одиночная реклама. Стоит учитывать, наиболее сложным аспектом при работе над серией является возможность потери «свежести» художественного образа, когда в одной рекламе он сразу цепляет зрителя, а в другой не так метафоричен. Поэтому, когда разрабатывается рекламная серия, она разрабатывается сразу как серия, с самых первых этапов, а не добавляется еще несколько вариантов рекламы, после создания первой.



Рис. 1 – Серия плакатов «свиной грипп»

С начала весны 2009 года вирус свиного гриппа свирепствовал во всем мире, тем самым зародив на некоторое время панику, из-за этого даже многие школы в Китае закрывали классы, чтобы избежать эпидемии. В это время китайская фирма Vinda запустила новый продукт – гигиенические салфетки для рук, при этом они столкнулись с жесткой конкуренцией на рынке влажных салфеток.

Свиной грипп побудил некоторые телеканалы выступить с предупреждениями по вопросам общественного благосостояния, чтобы обратить внимание на гигиену рук, что еще больше привлекло внимание потребителей гигиенических средств для рук. В повседневной жизни наши руки чаще всего контактируют с внешним миром, поэтому на них остаются вирусы и бактерии. Поскольку чистые руки могут предотвратить их проникновение в наш организм, то руки становятся «барьером» для защиты от вирусов.

В результате появилась серия рекламных плакатов (Рисунок. 1), которые передавали концепцию изображения микробов и вирусов в виде животных, опасных для человека: 病菌上手猛如虎 *bìngjūn shàngshǒu měng rú hǔ* «микробы свирепы, как тигр», 病菌上手毒如蛇 *bìngjūn shàngshǒu dú rú shé* «микробы ядовиты, как змея» и 病菌上手狠如蝎 *bìngjūn shàngshǒu hěn rú xiē* «микробы опасны, как скорпион».

Серия китайской рекламы, посвященная проблеме свиного гриппа, красочно и метафорично изображает опасность данного заболевания через падающую тень (Рисунок. 1). Использование тени в рекламе является распространенным приемом, которым пользовались создатели из разных областей. К наиболее популярным рекламкам с тенью можно отнести конструктор Lego, показывающий через тень всю силу воображения ребенка, мировой бренд Chanel и его туалетная вода Egoiste Platinum. В кинематографе значимыми можно считать постер к фильму «Звёздные войны: Эпизод 1 – Скрытая угроза» и рекламу в «The New York Times» к выходу нового сезона телесериала «Игра престолов». Высшей точкой использования тени стала социальная реклама направленная на предотвращение жестокого обращения с детьми из Южной Кореи в которой тень зрителя, когда он подходит ближе к инсталляции, становится частью изображения, вовлекая его в проблему и показывая, что решением может быть любой из нас. Возвращаясь к китайской рекламе, можно сделать вывод, что она изначально разрабатывалась как серия. Все три плаката имеют одинаково сильную метафору, которая доступна для понимания и не носителя языка. Такая серия имеет одинаковый внешний визуальный дизайн и стиль. Серия была разработана в 2009 году, и спустя 10 лет, особенно с учетом новой пандемии, смотрится всё ещё актуально.



Рис. 2 – Серия плакатов 文明健康有你有我

Правительственная организация по строительству и развитию духовной культуры активно использует социальную рекламу в распространении основных ценностей по всей стране, чтобы установить цивилизованную и нравственную моду и культивировать цивилизованные и моральные качества. В её кампаниях можно выявить продвижение распространения культуры и здоровья через разные серии плакатов с лозунгом «文明健康 有你有我 wénmíng jiànkāng yǒu nǐ yǒu wǒ Культура, здоровье, ты и я», отличающиеся тематикой, и пропорциями макета, и визуальным дизайном (Рисунок. 2). Так же, несмотря на то, что это плакаты от одной организации совершенно отсутствует фирменный стиль и даже логотип используют не на каждом примере, при этом везде размещён один слоган. Разношерстность рекламы особенно заметна на примерах с пропорцией 2х3. Первые две рекламы в верхней строке имеют общую идею, связанную с поддержкой культуры и образования, но кроме размещения логотипа и слогана относительно него под углом в 90°, а также общей стилизацией иллюстрации в виде плоскостной, коллажной. Во всем остальном это абсолютно разные рекламы и композицией, и цветовой схемой, и расположением текста, и, конечно же, образ разный и считывается не при беглом просмотре.

Серия плакатов «书香中国 shūxiāng zhōngguó (досл. образованный Китай)» раскрывает концепцию «культурного Китая» – пропаганды чтения по всей стране и содействие построению обучающегося общества, которое полностью бы отражало уважение и внимание китайской нации к чтению. Культурный Китай – это не только знание всего Китая, но и изучение Китая; способность нации к чтению и способность к обучению являются прямым воплощением ее национального качества. Хорошая книга может зажечь сердце, хороший книжный магазин может осветить город. А в последние годы такая концепция стремительно развивается.

«不以规矩，不成方圆 bù yǐ guī jǔ, bù chéng fāng yuán без циркуля и угольника не получатся круг и квадрат, обр. делая что-либо, необходимо строго следовать правилам и законам». Данный слоган означает, что если нет правил и стандартов для действий, то не будет никаких результатов в соответствии с такими правилами и стандартами. В частности, ограничения в отношении людей не могут быть наложены кем-либо, кто хочет что-либо делать. Его или ее действия должны быть ограничены правилами и нормами, законами и постановлениями, чтобы обеспечить гармоничное функционирование и развитие общества.

Третий и четвёртый рекламный плакат так же имеют единый посыл, связанный с семьёй и традициями, но с дизайнерской точки зрения мы этого не видим. Логотип и слоган всё тот же, но расположение отличается. Так же нет единства характерного для серии плакатов в расположении остальных элементов, стиля иллюстрации, цвета текста. Если обращаться к правилам композиции, то третий рекламный плакат их нарушает, и имеет снизу зияющую пустоту, а не «воздух», который так ценен дизайнерами в макетах. Но если взглянуть в образы, взятые за основу этих реклам, то мы видим старенькую бабушку, семью за готовкой еды, традиционный в Китае красный цвет и древнейший вид народного декоративно-прикладного искусства – вырезание из бумаги цзяньчжи. Всё это сильные рекламные образы, которые доносят до зрителя идею плаката.

Новая эпидемия коронавирусной инфекции распространилась по всему миру, создавая огромную угрозу для жизни и здоровья людей, создавая огромную проблему для глобальной безопасности, что вызвало немало

беспокойство. Плакат с ярким слоганом «守望相助 shǒu wàng xiāng zhù обр. взаимопомощь и поддержка», значение которого «помочь и поддержать соседний поселок, чтобы побороть атакующего врага или неожиданно начавшееся стихийное бедствие» призывает международное сообщество объединиться, чтобы противостоять общей проблеме. Мировому сообществу больше всего требуется твердая уверенность, согласованные усилия, единые ответные меры, всестороннее укрепление международного сотрудничества, а также создание мощных сил для преодоления эпидемии и совместной работы для победы в битве с инфекционными заболеваниями.

Семья – это самое главное в жизни каждого китайца. Родственные связи по-прежнему играют значительную роль, именно через семью существует человек, оценивает все через призму семьи. Конечно по-настоящему традиционную семью, где под одной крышей жили бы представители трех и более поколений, в наше время встретить можно довольно редко, однако сама идея этики семейной жизни жива в сознании людей, связь между родителями и детьми поддерживается. Человек должен учитывать не только свои личные потребности, но и потребности всей своей семьи. Социальные отношения между людьми в Китае были основаны на морали, где уважение являлось нормой общения. Семейно-родственные связи ценились превыше всего; все прочие виды отношений – с односельчанами и соседями, между наставником и учеником, также строились на принципах заботы старших и послушания младших. Как видно, во множестве рекламных сюжетов можно встретить слоганы типа: «别让回家的路成为父母眼中的迷宫 bié ràng huíjiā de lù chéngwéi fùmǔ yǎnzhōng de mígōng Не позволяйте пути домой стать лабиринтом в глазах родителей» или «百善孝为先 bǎi shàn xiào wéi xiān из всех моральных принципов самое важное – это почитание родителей».

Понятие «целостности семьи», основанное на конфуцианской «сыновней почтительности» и прививаемое с детского возраста, едва ли может сравниваться с воспитанием религиозных воззрений в обществе. Даосские представления о гармонии природы и человека также находят свое отражение в китайских духовных ценностях и как следствие – в рекламных текстах и изображениях [3].

Культура питания стала еще одним важным новым веянием в китайской культуре и здоровье. Рост заболеваемости и борьба с эпидемией привела к тому, что общественность призвала принимать в пищу экологически чистые продукты, отказаться от вредных привычек в еде и отказаться от употребления в пищу диких животных. Крайние правые плакаты повествуют о вреде и незаконном употреблении в пищу диких животных. Несмотря на одинаковый бежевый фон, круг в качестве центрального элемента композиции, использование фотографии, сложно воспринимать эти две рекламы как единую серию. Разный размер логотипа, разное расположение слогана, отличающийся красный цвет и общее построение композиции приводит к разрозненности восприятия.

«拒食野味 jù shí yě wèi» – «Откажись от дичи» – так гласит слоган этих двух плакатов. Незаконное употребление в пищу диких животных угрожает жизни и здоровью и нарушает законы и правила. По мнению экспертов по контролю и профилактике заболеваний, дикая природа является важной частью экологического баланса. Ради собственного здоровья и здоровья своей семьи население должно полностью осознавать потенциальные угрозы здоровью и безопасности, которые могут быть вызваны неразборчивым употреблением в пищу диких животных. Мы должны воспитывать в себе чувство ответственности, развивать здоровые привычки в еде и взять на себя инициативу противодействовать незаконной торговле и поеданию диких животных.

Если рассматривать серию рекламных плакатов про палочки с пропорцией 9x16, четыре нижних примера, то ощущение единой серии возникает сразу (Рисунок. 2). Достигается это в первую очередь за счёт общей структуры и собранности композиции. Есть два стабильных, зафиксированных блока: верхний со слоганом и силуэтами традиционных столовых приборов, палочками и ложкой, расположенный по оси, и нижний с тремя строками, смещённый вправо. Эти два блока являются «рамкой» для всех остальных элементов композиции, и именно они позволяют визуальнo воспринимать четыре рекламы как серию. Если их убрать, то серия из четырёх рекламных плакатов, превратится в две в холодной гамме с кругом в центре и осевой композицией, и две в тёплой гамме, со смещенным, диагональным построением.

Палочки для еды – символ китайской культуры питания. Еще с древних времен у китайцев сложился обычай брать еду своими палочками во время трапезы, но на сегодняшний день рестораны и другие предприятия общественного питания выступают с инициативой использовать «общие палочки и ложки» для того, чтобы брать и раскладывать еду. У привычки «совместного приема пищи» много плюсов: во-первых, используется меньше столовых приборов, во-вторых, так можно более эффективно использовать продукты. Данная серия плакатов с лозунгами «一双公筷 yīshuāng gōng kuài (Пара общих палочек)», «公勺公筷 gōngsháo gōngkuài (общая ложка, общие палочки для еды)», «使用公筷 shǐyòng gōng kuài» и т.д. призывает к общему их использованию, так как общие палочки – равно безопасность. Это проявление ответственности не только к своему здоровью, но и к здоровью окружающих [9].



Рис. 3 – Серия рекламных плакатов для Всемирного фонда дикой природы

Серия рекламных плакатов для Всемирного фонда дикой природы была разработана рекламным агентством BBH China в 2008 году (Рисунок. 3). Данная серия передает тему защиты окружающей среды. Китай, сотрудничая с различными международными организациями, призывает к активным действиям ради сохранения природы и благоприятной среды. Социологическое исследование показало, что многие неверно интерпретируют смысл существования этой организации – что они занимаются только защитой панд от вымирания. И поэтому были разработаны плакаты, целью которых было донести до простого населения, что WWF курирует множество разнообразных проектов, такие как борьба с засухой, с загрязнением воздуха и воды, озеленением, и спасение многих различных видов живых существ. Иллюстраторами выступила компания ALT Design, которая смогла создать малыми приемами, используя только черный и белый цвет, логотип и три строки текста, эффективную, привлекающую внимание к себе и к проблеме рекламу. На серии специальных плакатов для Китая, изображены разные сферы деятельности защитников природы, например, озеленение, очищение воды или восстановление популяции тибетских антилоп, а подпись гласит – 我们不仅保护大熊猫 – (wǒmen bùjǐn bǎohù dàxióngmāo) «мы защищаем не только панд» [3].

В основе графичного пейзажа лежит стилизованный образ панды, который так же является частью логотипа Всемирного фонда дикой природы. Этот образ размножен, продублирован, искажен, дополнен другими силуэтами, что приводит к двойному считыванию иллюстрации. Так на первом плакате мы видим не только искаженных панд, но и воду, эта двойственность, явно вдохновленная сюрреализмом, говорит о проблемах загрязнения воды. Вторая рекламная иллюстрация выводит за счет инверсии на передний план силуэты тибетских антилоп, формы которых строятся посредством фракталов из панд. Третья иллюстрация так же строится фракталами, панды присутствуют как в изначальном состоянии, так и в инверсии, собираются в сосны, которые в свою очередь образуют лес и привлекают к проблеме озеленения. Без знания китайского языка, через доступные любому возрасту образы, мы понимаем, на каждой иллюстрации этой серии, какой проблемой занимается Всемирный фонд дикой природы помимо панд.

Одна из функций рекламы – это функция воздействия, то есть способность убедить потенциального потребителя купить товар. Для этого применяется яркая, привлекающая внимание языковая форма рекламы. Текст рекламы должен быть простым, кратким и запоминающимся. Поэтому создатели рекламы часто в зависимости от характеристик товара используют различные графические и риторические средства для эффективной пропаганды рекламы. Анализируя текст рекламы, мы можем встретить такие частые фигуры речи, как метафора, фразеологизмы, сравнение, параллелизм.

Метафора – одна из самых распространенных литературных приемов в рекламе, включая образное сравнение. Метафора может превратить глубокое в поверхностное, абстрактное – в образ, незнакомое – в знакомое, простое – в яркое. Прагматический смысл этого приема заключается в том, чтобы привлечь аудиторию к созданию хорошего чувства к определенному товару и помочь потребителям установить соответствующее эмоциональное общение с товаром. Рекламная метафора лаконична, она дает возможность осмысления одних объектов через свойства и качества других и нацелена на создание оригинального рекламного образа и привнесение какого-либо оценочного эффекта в рекламный текст. Пример метафоры в рекламе представлен слоганом «不以规矩，不成方圆 bù yǐ guī jǔ, bù chéng fāng yuán без циркуля и угольника не получатся круг и квадрат, обр. делая что-либо, необходимо строго следовать правилам и законам», в котором мы также можем наблюдать явление параллелизма.

Сравнение – троп, который используется для выражения сходства двух предметов. Существует явное сравнение, которое чаще всего вводится в тексте с помощью слов «как», «словно» для описания двух или более вещей, которые не похожи, но обладают общими качествами. Это пример рекламы про «свиной грипп».

Так же для социальной рекламы характерным языковым средством является использование фразеологизмов. Фразеологизмы стали важной составляющей языка, они отражают сильный национальный характер каждого народа, отражают культуру народа, они являются отражением национальной истории. В рекламе фразеологизмы несут еще более глубокое художественное воздействие. Данные фразеологические обороты «百善孝为先 bǎi shàn xiào wéi xiān из всех моральных принципов самое важное – это почитание родителей» и «守望相助 shǒu wàng xiāng zhù обр. взаимопомощь и поддержка» несут в себе глубокий смысл, который сложился еще в древности и до сих пор продолжает оставаться актуальным и в наши дни.

Параллелизм – это расположение слов, предложений или абзацев с одинаковой или похожей структурой, следующих друг за другом и образующих единое целое. Рекламщики используют параллелизм, чтобы сделать структуру текста красивой и симметричной. Параллелизм помогает усилить динамику языка, сформировать резкий контраст на ярком фоне, чтобы привлечь внимание потребителей и произвести на них глубокое впечатление.

Что касается внешнего оформления рекламного текста, то здесь применяется следующая особенность – стилизация под традиционную письменность. Мы можем заметить, что на многих рекламных плакатах используется вертикальное письмо. Этот элемент традиционной культуры усиливает впечатление от рекламы: текст более важный, серьезный, заслуживающий большего доверия. То же самое касается и с намеренным использованием особого написания иероглифов, применение вэньянизмов и устаревших слов. Ведь далеко не вся молодежь Китая в современное время способна пользоваться или понимать традиционные иероглифы, но все же такая интерпретация текста легче в понимании и чтении, а также оставляет глубокое впечатление на умы молодежи [3].

Специфику китайского рекламного текста в значительной степени обуславливают языковые особенности. Средства вербализации в китайском языке практически несопоставимы с таковыми в индоевропейских. В китайском языке отсутствует формоизменение и устойчивые слова, несмотря на наличие морфемного уровня, границы слова размыты, а категориальная принадлежность не зафиксирована, будучи идентифицируемой только на основе контекста

[1, С. 41]. Учитывая данные факторы, представляется возможность для создания более органичных рекламных текстов, способствующих эффективному брендингу иностранного продукта на китайском рынке.

Проанализировав серии китайской социальной рекламы, можно сделать вывод, что в Китае уделяют большое внимание экологии, культуре и традиционным ценностям. Вопреки распространенному мнению, что китайцы предпочитают яркие вывески с красочной расцветкой, выбранные нами примеры показывают уравновешенную, выверенную композицию, сдержанную колористическую гамму и даже монохромные варианты. Художественный образ, используемый в большинстве плакатов, доступен и понятен не только носителям китайского языка. Рекламные тексты должны агитировать, они должны обладать сильной убедительностью и привлекательностью с точки зрения стилистических эффектов, но при этом текст должен нести в себе смысл, понятный не только носителю китайского языка. В этой статье кратко представлены распространенные литературные приемы при создании рекламного текста. Прделанная нами работа, показывает разнообразие и значимость социальной рекламы в Китае.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Апраксин, Е. Н. Языковая специфика рекламы в КНР (на примере рекламы молочной продукции) / Е. Н. Апраксин // Филология в XXI веке. – 2020. – № 1(5). – С. 41-47.
2. Ефремова, Е. Н. Художественность современного рекламного образа / Е. Н. Ефремова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 7-3(21). – С. 64-69.
3. Нивина О. Ю. Лингвокультурные особенности китайской социальной рекламы XXI в.: дис.маг. / О.Ю. Нивина, Н. А. Сомкина, П. П. Ветров. – Санкт-Петербург, 2017. 115 с.
4. Потоцкая, Н. П. Особенности перевода, национально-культурная адаптация и глобальная стандартизация рекламных текстов / Н. П. Потоцкая // Лингвистическое образование на современном этапе: российский и зарубежный опыт : Сборник научных статей и материалов Международной конференции, посвященной 15-летию первого выпуска специалистов в области лингвистики в Сургутском государственном университете, Сургут, 11–12 апреля 2017 года / Ответственный редактор И.А. Курбанов. – Сургут: Сургутский государственный университет, 2017. – С. 260-267.
5. Ткачук, Е.А. Отражение базовых ценностей в китайской природоохранной рекламе / Е.А. Ткачук // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2019, №4. [Электронный ресурс]. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/64FLSK419.pdf> (дата обращения: 12.06.2021)
6. Николайшвили, Г. Г. Краткая история социальной рекламы / Г. Г. Николайшвили // Социальная реклама.ru. 2003. [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/6zaO> (дата обращения: 16.06.2021).
7. Лю Юаньюань. Реклама как социальный процесс: китайская специфика / Лю Юаньюань // Вестник РГГУ. Филология. Социология. Искусствоведение. – 2008. – №2 – С. 180-185.
8. Чжан Жун. Социальная реклама в Китае как инструмент государственной социальной политики / Чжан Жун // Вестник Университета Российской академии образования. – 2010. - № 4. - С. 14-17.
9. Информационный сервис «China.org.cn» [Электронный ресурс]. URL: http://russian.china.org.cn/china/txt/2020-04/24/content_75970403.htm (дата обращения 01.07.2021)
10. 百度 [Electronic resource]. URL: <http://www.baidu.com> (accessed 10.07.2021)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Apraksin, E. N. Yazikovaya specifika reklami v KNR (na primere reklami molochnoi produktsii) [Linguistic peculiarities of advertisement in china (the case of dairy products advertisement)] / E. N. Apraksin // Filologiya v XXI veke [Filology in the 21st century]. – 2020. – № 1(5). – P. 41–47. [in Russian]
2. Efremova, E. N. Hudozhestvennost' sovremennogo reklamnogo obraza [Artistry of modern advertizing image]/ E. N. Efremova // Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedeniye. Voprosy teorii i praktiki [Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice]. – 2012. – № 7-3(21). – P. 64–69. [in Russian]
3. Nivina O. Yu. Lingvokul'turnye osobennosti kitaiskoi social'noi reklami XXI v.: dis.mag. [Public service advertisements in the 21st century China: A linguistic-cultural approach] / O. Yu. Nivina. – Sankt-Peterburg, 2017, 115 p. [in Russian]
4. Pototskaya, N. P. Osobennosti perevoda, nacional'no-kul'turnaya adaptatsiya i global'naya standartizatsiya reklamnykh tekstov [Translation characteristics, national and cultural adaptation and global standardisation of advertisement] / N. P. Pototskaya // Lingvisticheskoe obrazovaniye na sovremennom etape: rossiiskii i zarubezhnyi opit: Sbornik nauchnikh statei i materialov Mezhdunarodnoi konferencii, posvyashchyonnoi 15-letiyu pervogo vipuska specialistov v oblasti lingvistiki v Surgutskom gosudarstvennom universitete, Surgut, 11–12 aprelya 2017 goda [Linguistic education at the present stage: Russian and foreign experience: Collection of scientific articles and materials of the International conference dedicated to the 15th anniversary of the first graduation of specialists in the field of linguistics at Surgut State University, Surgut] / ed. by I.A. Kurbanov. – Surgut: Surgutskiy gosudarstvenniy universitet, 2017. – P. 260-267. [in Russian]
5. Tkachuk E.A. Otrazhenie bazovykh cennostej v kitajskoj prirodoohrannoј reklame [Reflection of basic values in Chinese environmental social advertising] Mir nauki. Sociologiya, filologiya, kul'turologiya [World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies], 2019, Vol. 10, No. 4. [Electronic resource]. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/64FLSK419.pdf> (accessed: 12.06.2021) [in Russian].
6. Nilolaishvili, G. G. Kratkaya istoriya social'noi reklami [A brief history of social advertising] // Socil'naya reklama.ru, 2003. [Electronic resource]. URL: <https://goo.su/6zaO> (accessed: 16.06.2021). [in Russian]

7. Lyu Yuan'yuan'. Reklama kak social'niy process: kitaiskaya specifika. [Advertising as social process: chinese specificity of outdoor advertising] / Lyu Yuan'yuan' // Vestnik RGGU. Filosofiya. Sociologiya. Iskuststvedeniye [Russian State University for the Humanities Bulletin. Philosophy. Sociology. Art history]. – 2008. – №2 – P. 180-185. [in Russian]
8. Chzhan Zhun. Social'naya reklama v Kitaye kak instrument gosudarstvennoi social'noi politiki [Chinese social advertizing: a governmental instrument of social policy] / Chzhan Zhun // Vestnik Universiteta Rossiiskoi akademii obrazovaniya [University of Russian Academy of Education Bulletin]. – 2010. – № 4 . – P. 14–17. [in Russian]
9. Informacionnii servis «China.org.cn» // [Electronic resource]. URL: http://russian.china.org.cn/china/txt/2020-04/24/content_75970403.htm (accessed 01.07.2021) [in Russian]
10. Baidu // [Electronic resource]. URL: <http://www.baidu.com> (accessed 10.07.2021) [in Chinese]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.119>ПОНЯТИЙНЫЕ ПРИЗНАКИ КОНЦЕПТА *КОРОНА* ПЕРИОДА XVII – XIX ВЕКОВ

Научная статья

Демидова Е.Е.*

ORCID: 0000-0003-0151-5316,

Институт иностранных языков, Санкт-Петербург, Россия

* Корреспондирующий автор (Demidova_Eu[at]mail.ru)

Аннотация

Цель статьи – описать понятийные признаки заимствованного концепта *корона* периода XVII – XIX веков. В задачи статьи входит: 1. Определить список понятийных признаков концепта *корона* в данный временной период; 2. Соотнести мотивирующие признаки этого концепта с выделенными понятийными. Актуальность проведенного исследования заключается в осмыслении роли заимствованных концептов, вошедших в русскую лингвокультуру на разных этапах развития языка. В статье анализируются семь толковых словарей русского языка периода XVII – XIX веков для решения поставленных задач. Научная новизна работы заключается в первом опыте описания данного концепта, т.к. в лингвистической литературе отсутствуют работы по теме этого концепта. Анализ словарных статей периода XVII – XIX веков позволил выделить 37 понятийных признаков концепта *корона*. Анализ языкового материала позволил обнаружить еще два понятийных признака: ‘королевской’ и ‘надевается сверху’. Все мотивирующие признаки, кроме признака ‘край’, перешли в разряд понятийных, т.е. сохранили свою актуальность в период XVII – XIX веков.

Ключевые слова: символический концепт, когнитивные признаки, структура концепта, языковая картина мира, лингвокультурология, концептология.

CONCEPTUAL ASPECTS OF THE CONCEPT OF THE CROWN IN THE PERIOD FROM THE 17TH TO THE 19TH CENTURY

Research article

Demidova E.E.*

ORCID: 0000-0003-0151-5316,

Institute of Foreign Languages, Saint Petersburg, Russia

* Corresponding author (Demidova_Eu[at]mail.ru)

Abstract

The purpose of the article is to describe the conceptual features of the borrowed concept of the *crown* of the period from the 17th to the 19th century. The objectives of the article include: 1. Determine the list of conceptual features of the *crown* concept in the designated time period; 2. To correlate the motivating features of this concept with the selected conceptual ones. The relevance of the research lies in understanding the role of borrowed concepts that have entered the Russian linguistic culture at different stages of language development. The article analyzes seven explanatory dictionaries of the Russian language of the period from the 17th to the 19th century to solve the tasks set. The scientific novelty of the work lies in the first experience of describing this concept since there are no works on the topic of this concept in the linguistic literature. The analysis of dictionary entries of the period of the 17 to the 19th century allowed for identifying 37 conceptual features of the concept of the *crown*, while the analysis of the language material revealed two more conceptual signs: "korolevskoy" (royal) and "nadevaetsya sverkh" (worn on top). All motivating signs, except for the sign "edge", were moved into the category of conceptual, i.e. they retained their relevance in the period under study.

Keywords: symbolic concept, cognitive features, concept structure, linguistic worldview, linguoculturology, conceptology.

Введение

В современной литературе существует множество работ, посвященных концептуальным исследованиям. Определенная часть таких работ относится к сфере политической лингвистики, одним из приоритетов которой является изучение области властных структур. Данная статья посвящена описанию заимствованного символического концепта *корона*, воплощающего в себе идею символа власти. В лингвистике отсутствуют работы, связанные с исследованием этого концепта. В этом состоит научная новизна работы.

В начале XXI века профессор М.В. Пименова ввела в когнитивную лингвистику термин *заимствованный концепт* [1]. Тема заимствованных концептов начинает широко обсуждаться [2]. Этим же ученым был введен термин *символический концепт*. Существуют «концепты, в мотивирующих признаках репрезентантов которых уже заложен символ. Т.е. символ в структурах таких концептов – не заключительный этап их развития, а исходная точка» [3, С. 68]. Первопризнак концепта уже соотносится к определенным символом, восходящим к определенному мифу культуры. «Под *символическим* понимается концепт, мотивирующие признаки которого восходят к известному или утраченному мифу; эти признаки разворачиваются в виде образных, понятийных, ценностно-оценочных и собственно символических признаков, но уже в другом объеме по отношению к другим концептам» [Там же].

Цель статьи – описать понятийные признаки заимствованного символического концепта *корона*. Выбор темы исследования определен фактом заимствования концепта в этот период. Слово *корона* с известным нам значением пришло в русский язык из латинского в XVII веке [4, С. 199]. Это же мнение высказывает П.Я. Черных [5, С. 431]. Актуальность работы заключается в осмыслении роли заимствованных концептов, вошедших в русскую лингвокультуру на разных этапах развития языка.

Методы и принципы исследования

Основными методами, использованными в работе, выступают метод концептуального анализа, дескриптивный и интерпретативный методы. Источником материала исследования стал Национальный корпус русского языка (www.ruscorpora.ru). Данные семи словарей старославянского, церковнославянского и русского языков XVIII-XIX вв. послужили основанием для определения понятийных признаков изучаемого концепта.

К первому этапу исследования концепта *корона* относится определение всего списка его мотивирующих признаков. «*Мотивирующим* называется такой признак, который послужил основанием для именованного некоего фрагмента мира» [6, С. 18-19]. В.В. Колесов пишет: первоисход слова появляется в форме первообраза, который называется концептумом (лат. *conceptum* «зерно, зародыш») [7, С. 438]. Это и есть первопризнак концепта. Развиваясь в концептуальной системе, первопризнак обрастает новыми образами, формируя понятия, абстрагируясь до символа. В.В. Колесов так и определял концепт: образ – понятие – символ [8, С. 30-40].

Вторым этапом изучения концепта является выявление списка понятийных признаков. «Под *понятийными* понимаются *признаки* концепта, актуализированные в словарных значениях в виде семантических компонентов (сем) слова – репрезентанта концепта» [6, С. 314].

Концепт *корона* в русском языке вербализован заимствованным словом, следовательно, он сам так же является заимствованным. По-латински *corōna* означает «венчик». Этот концепт является застывшим, т.к. в России произошла смена общественной формации и данный концепт «ушел в тень», став историческим.

Основные результаты

Понятийные признаки концепта *корона* определяются по словарям русского языка XVII – XIX веков. Источником материала служат семь словарей данного периода.

В «Словаре русского языка XI – XVII веков» у слова *корона* указаны следующие дефиниции: в XI веке: «венчик, венец»; в XIII веке формируется значение «Корона, драгоценное головное украшение правителя как символ королевской, царской масти (1255)»; в XV веке возникает значение «Украшение на головном уборе высшего духовенства (как символ власти) (1437)»; в XVII веке появляются значения: «Зубчатая, отделанная жемчугом и драгоценными камнями женская головная повязка (на образе богородицы) (1624)», «Узор на драгоценной ткани в виде короны (1634)» и «Королевство (1698)» [9, С. 340].

«Словарь РЯ XVIII века» дополняет значения у слова *корона*: «Головное украшение монарха», «Государство, страна; Правительство, государственная казна», «Венец как награда за какие-либо заслуги», «архит. Верхняя, украшенная часть строения», «бот. Соцветие в виде венца» и др. [10, С. 181-182]. В «Словаре церковнославянского и русского языка» указано: *корона* «форт. верхняя часть бруствера или гласиса» [11, С. 206]. Во многих словарях этого периода указываются семы и семемы, актуализирующие мотивирующие признаки изучаемого концепта [12], [13], [14], [15]. Полученные результаты сведем в таблице 1.

Таблица 1 – Понятийные признаки символического концепта *корона* по данным словарей XVII – XIX веков

№	Понятийные признаки концепта <i>корона</i>	Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка, 1863–1866	Дьяченко Г. (Протоиерей) Полный церковно-славянский словарь. 1900	Словарь Академии российской. 1790	Словарь русского языка XI-XVII веков	Словарь русского языка XVIII века	Словарь старославянского языка	Словарь церковнославянского и русского языка. 1847
1.	богородица	-	-	-	+	-	-	-
2.	венец (мотив.)	+	+	+	+	+	+	+
3.	венчик (мотив.)	-	-	-	+	+	-	-
4.	верхняя часть/ поверхность	+	-	-	-	+	-	+
5.	владелец/владелец	+	-	-	-	-	-	-
6.	власть (мотив.)	-	-	-	+	+	-	-
7.	высшее духовенство	-	-	-	+	-	-	-
8.	головной (мотив.)	+	-	+	-	+	-	+
9.	государство/ страна	-	-	-	-	+	-	-
10.	державные государи	-	-	+	-	-	-	-
11.	достоинство	-	-	-	-	-	-	+
12.	драгоценный	-	-	+	+	-	-	-
13.	женская головная повязка	-	-	-	+	-	-	-
14.	знак владетельного сана/ величия (мотив. знак)	+	-	+	-	+	-	-
15.	за заслуги	-	-	-	-	+	-	-
16.	зубчатая	-	-	-	+	+	-	-

Окончание таблицы 1 – Понятийные признаки символического концепта *корона* по данным словарей XVII – XIX веков

№	Понятийные признаки концепта <i>корона</i>	Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка, 1863–1866	Дьяченко Г. (Протоиерей) Полный церковно-славянский словарь, 1900	Словарь Академии российской. 1790	Словарь русского языка XI-XVII веков	Словарь русского языка XVIII века	Словарь старославянского языка	Словарь церковнославянского и русского языка. 1847
17.	изображение	-	-	-	-	+	-	-
18.	(государственная) казна	+	-	-	-	+	-	-
19.	обод (сведенный дугами на темени) – изгиб/ искривление/ дуга/ круг (мотив.)	+	-	-	-	-	-	-
20.	из золота (мотив.)	+	-	+	-	-	-	+
21.	из металла (мотив.)	+	-	-	-	+	-	-
22.	из серебра (мотив.)	-	-	+	-	-	-	-
23.	королевство (мотив.)	-	-	-	+	-	-	-
24.	крона	-	-	-	-	-	-	+
25.	монарх (мотив.)	-	-	-	-	+	-	-
26.	награда	-	-	-	-	+	-	-
27.	отделанная/ осыпанная жемчугом/ драгоценными камнями	+	-	+	+	-	-	+
28.	правитель	-	-	-	+	+	-	-
29.	правительство	+	-	-	-	+	-	-
30.	принадлежность	+	-	-	-	-	-	-
31.	регалия	+	-	-	-	-	-	-
32.	символ (мотив.)	-	-	-	+	+	-	-
33.	соцветие в виде венца	-	-	-	-	+	-	-
34.	убор (мотив.)	-	-	-	+	-	-	-
35.	узор (мотив.)	-	-	-	+	-	-	-
36.	украшение	+	-	+	+	+	-	+
37.	царской	-	-	-	+	-	-	-

Ни один из семи проанализированных словарей XVII – XIX веков не указывает полного набора понятийных признаков концепта *корона*. Большинство мотивирующих признаков этого концепта перешли в разряд понятийных.

Обсуждение

На предыдущем этапе изучения концепта *корона* на материале девяти этимологических словарей в его структуре было обнаружено 17 мотивирующих признаков. Словари XVII – XIX веков показывают, что понятийные признаки концепта *корона* увеличились, по сравнению с мотивирующими, более чем вдвое.

Анализ словарных статей периода XVII – XIX веков позволил определить 37 понятийных признаков концепта *корона*. Все мотивирующие признаки, кроме ‘королевской’, ‘край’, ‘надевается сверху’, перешли в разряд понятийных, т.е. сохранили свою актуальность в период XVII – XIX веков. Языковой материал, относящийся к данному периоду, показывает, что понятийные признаки ‘королевской’ и ‘надевается сверху’ были актуальны в то время (*Сквозь букву А, украшенную королевской короной, был продет золотой ключ, знак обер-камергерского звания, которое Бирон удержал за собой, сделавшись даже владетельным герцогом. Е. П. Карнович. Любовь и корона. 1879; Тогда же папа отправил послов к Данилу с королевскою короною, но Данило не очень горячо хватался за эту папскую милость. Н. И. Костомаров. Русская история в жизнеописаниях ее главнейших деятелей. Вып. I: X-XIV столетия. 1862-1875; Чтобы возвысить имя ее, надобно было родиться Павлу, и судьба, как бы угождая Екатерине во всех прихотях ее славолубия, надела корону на Павла, дабы бессмертная мать его и за пределами гроба сияла в полной славе своего величества. И. М. Долгоруков. Повесть о рождении моем, происхождении и всей моей жизни, писанная мной самим и начатая в Москве, 1788-го года в августе месяце, на 25-ом году моей жизни. 1791-1798; Я должна была лишь по достижении совершеннолетия вступить на престол и надеть русскую корону, которой не надел Петр, не имея на то права. П. И. Мельников-Печерский. Княжна Тараканова и принцесса Владимирская. 1867).* Другими словами, понятийные признаки ‘королевской’ и ‘надевается сверху’ дополняют список тех, что указаны в таблице. Таким образом, общее количество понятийных признаков концепта *корона* периода XVII – XIX веков расширился до 39. Понятийный признак ‘край’ среди языкового материала этого временного периода не встретился.

Заключение

Мотивирующие признаки символического концепта *корона* обобщены в виде шести блоков:

1. Головной убор («венец», «венок», «головной», «убор», «надевается сверху»);
2. Показатель («власть», «знак», «монарх», «символ», «королевской»);
3. Вещество изготовления («из золота», «из металла», «из серебра»);
4. Форма («изгиб/ искривление/ дуга/ круг», «край»);
5. Государство («королевство»);
6. Орнамент («узор»).

Понятийные признаки символического концепта *корона* периода XVII – XIX веков можно представить в виде 12 блоков:

1. Головной убор («венец» (мотив.), «венок» (мотив.), «головной» (мотив.), «убор» (мотив.), «надевается сверху» (мотив.), «женская головная повязка»);
2. Достоинство («власть» (мотив.), «знак владетельного сана/ величия /достоинства» (мотив. «знак»), «монарх» (мотив.), «символ» (мотив.), «королевской» (мотив.), «изображение», «регалия»);
3. Вещество изготовления («из золота» (мотив.), «из металла» (мотив.), «из серебра» (мотив.));
4. Форма «обод (сведенный дугами на темени)» – «изгиб/ искривление/ дуга/ круг» (мотив.), «зубчатая», «верхняя часть/ поверхность»);
5. Государство («королевство» (мотив.), «государство/ страна», «государственная казна», «правительство», «принадлежность»);
6. Орнамент («узор» (мотив.));
7. Ценность («драгоценный»);
8. Правитель («владетельная особа», «высшее духовенство», «державные государи», «правитель», «царской»);
9. Награда («за заслуги», «награда»);
10. Украшение («отделанная/ осыпанная жемчугом/ драгоценными камнями», «украшение»);
11. Преемница Великой Богини-матери («богородица»);
12. Растение («крона», «соцветие в виде венца»).

Мотивирующий признак «край» не обнаружен в проанализированных словарях и языковом материале данного периода. Налицо расширение спектра понятийных признаков по сравнению с мотивирующими (17 мотивирующих признаков против 39).

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Пименова М. В. Заимствованные концепты / М. В. Пименова [Электронный ресурс]. URL: https://ozlib.com/858524/literatura/zaimstvovannye_kontsepty (дата обращения: 25.05.2021).
2. Пименова М. В. Обман воображаемых миров (мир иллюзий: опыт заимствованного концепта) / М. В. Пименова // Концептосфера и языковая картина мира. Серия «Филологический сборник». Вып. 9. – Кемерово: КемГУ, 2006. – С. 26–37.
3. Пименова М. В. Символические концепты как часть концептуальной системы (на примере концепта *творчество*) / М. В. Пименова // Когнитивная лингвистика: новые парадигмы и новые решения. Серия «Концептуальные исследования». Вып. 15. – Москва: ИЯ РАН, 2011. – С. 65–83.
4. Крона // Этимологический словарь русского языка: более 5000 слов / Г. П. Цыганенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Киев: Рад. шк., 1989. – С. 199.
5. Корона // Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. / П. Я. Черных. – 3-е изд., стереотип. – М.: Русский язык, 1999. – Т. 1. – С. 431–432.
6. Пименова М. В. Концепт *сердце*: образ, понятие, символ / М. В. Пименова. – Кемерово: КемГУ, 2007. – 500 с. (Серия «Концептуальные исследования». Вып. 9)
7. Колесов В. В. «Первосмысл» концепта / В. В. Колесов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2018. – Т. 15. – Вып. 3. – С. 438–452.
8. Колесов В. В. Концепт культуры: образ – понятие – символ / В. В. Колесов // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер. 2, История, языкознание, литературоведение. – 1992. – Вып. 3. – С. 30–40.
9. Корона, коруна // Словарь русского языка XI – XVII вв. / Гл. ред. С. Г. Бархударов. – М.: Наука, 1975. – Вып. 7. – С. 340–341.
10. Корона, коруна // Словарь русского языка XVIII века. – Санкт-Петербург: Наука, 1998. Вып. 10. – С. 181–182.
11. Корона // Словарь церковнославянского и русского языка / Сост. Вторым отделением императорской Академии наук. – СПб.: Типография Императорской Академии наук, 1847. – Т. II. – С. 206.
12. Корона // Толковый словарь живого великорусского языка: в 4-х т. / В. И. Даль. – СПб., 1863–1866. – Репр. изд. – СПб.: Диамант, 1996. – Т. II. – 699 с. – С. 170.
13. Короуна // Полный церковнославянский словарь (с внесением в него важнейших древнерусских слов и выражений) / Сост. свящ. Григорий Дьяченко. – СПб., 1900. – С. 265.
14. Корона (венец) // Словарь Академии российской. – СПб.: Академия наук, 1790. – Ч. I. – Стбл. 998.
15. Короуна // Словарь старославянского языка: в 4-х т. – СПб.: СПбГУ, 2006. – Т. II. – С. 54.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Pimenova M. V. Zaimstvovannye koncepty [Borrowed concepts] / M. V. Pimenova [Electronic resource]. URL: https://ozlib.com/858524/literatura/zaimstvovannye_kontsepty (accessed: 05/25/2021). [in Russian]
2. Pimenova M. V. Obman voobrazhaemyh mirov (mir illyuzij: opyt zaimstvovannogo koncepta) [Deception of imaginary worlds (world of illusions: the experience of a borrowed concept)] / M. V. Pimenova // *Konceptosfera i yazykovaya kartina mira* [Concept sphere and linguistic picture of the world]. – Kemerovo: KemSU, 2006. – P. 26–37. (Series "Philological collection". Issue 9). [in Russian]
3. Pimenova MV Simvolicheskie koncepty kak chast' konceptual'noj sistemy (na primere koncepta tvorchestvo) [Symbolic concepts as part of a conceptual system (the concept of creativity as an example)] / M. V. Pimenova // *Cognitive linguistics: new paradigms and new solutions*. – Moscow: IYa RAN, 2011. – P. 65–83. (Series "Conceptual studies". Issue 15). [in Russian]
4. Crohn // *Etimologicheskij slovar' russkogo yazyka: bolee 5000 slov* [Etymological dictionary of the Russian language: more than 5000 words] / G. P. Tsyganenko. – Kiev, 1989. – P. 199. [in Russian]
5. Crown // *Istoriko-etimologicheskij slovar' sovremennogo russkogo yazyka: v 2 t.* [Historical and etymological dictionary of the modern Russian language: in 2 volumes] / P. Ya. Chernykh. – Moscow: Russian language, 1999. – V. 1. – P. 431–432. [in Russian]
6. Pimenova M. V. Koncept serdce: obraz, ponyatie, simvol [Concept heart: image, concept, symbol] / M. V. Pimenova. – Kemerovo: KemSU, 2007. – 500 p. (Series "Conceptual studies". Issue 9). [in Russian]
7. Kolesov V. V. «Pervosmysl» koncepta ["Primal meaning" of the concept] / V. V. Kolesov // *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literature* [Bulletin of St. Petersburg University. Language and Literature]. – 2018. – V. 15. – Iss. 3. – P. 438–452. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2018.309> [in Russian]
8. Kolesov V. V. oncept kul'tury: obraz – ponyatie – simvol [Concept of culture: image – concept – symbol] / V. V. Kolesov // *Vestnik Sankt-Peterburgskogo un-ta. Ser. 2, Istoriya, yazykoznanie, literaturovedenie* [Bulletin of St. Petersburg University. Ser. 2, History, linguistics, literary criticism]. – 1992. – Iss. 3. – P. 30-40. [in Russian]
9. Korona, koruna // *Slovar' russkogo yazyka XI – XVII vv.* [Dictionary of the Russian language XI - XVII centuries] / Ed. S. G. Barkhudarov. – Moscow: Nauka, 1975. – Iss. 7. – P. 340–341. [in Russian]
10. Korona, koruna // *Slovar' russkogo yazyka XVIII veka* [Dictionary of the Russian language of the 18th century]. – Saint Petersburg: Nauka, 1998. – Iss. 10. – P. 181-182. [in Russian]
11. Korona // *Slovar' cerkovnoslavyanskogo i russkogo yazyka* [Dictionary of Church Slavonic and Russian language] / Comp. 2nd branch of the Imperial Academy of Sciences. – Saint Petersburg: Printing house of the Imperial Academy of Sciences, 1847. – Vol. II. – 471 p. – P. 206. [in Russian]
12. Korona // *Tolkovyj slovar' zhivogo velikoruskogo yazyka: v 4-h t.* [Explanatory dictionary of the living Great Russian language: in 4 volumes] / V. I. Dal. – Saint Petersburg, 1863-1866. – Repr. ed. – Saint Petersburg: Diamant, 1996. – V. II. – P. 170. [in Russian]
13. Korouna // *Polnyj cerkovnoslavyanskij slovar' (s vneseniem v nego vazhnejshih drevnerusskih slov i vyrazhenij)* [Complete Church Slavonic dictionary (with the introduction of the most important Old Russian words and expressions)] / Comp. priest G. Dyachenko. – Saint Petersburg, 1900. – P. 265. [in Russian]
14. Korona (venec) // *Slovar' Akademii rossijskoj* [Dictionary of the Russian Academy]. – Saint Petersburg: Academy of Sciences, 1790. – Part I. – St. 998. [in Russian]
15. Korouna // *Slovar' staroslavjanskogo yazyka: v 4-h t.* [Dictionary of the Old Slavonic language: in 4 volumes]. – Saint Petersburg: SPbSU, 2006. – Vol. II. – P. 54. [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.120>**ЭВФЕМИЗМЫ В ПРОИЗВЕДЕНИИ ДЖОРДЖА КАРЛИНА “WHEN WILL JESUS BRING THE PORK CHOPS?” И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

Научная статья

Дехнич О.В.¹, Маркелова О.В.², Шевченко О.Ю.^{3,*}^{1,2} Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия;³ ООО «НТПК», Белгород, Россия

* Корреспондирующий автор (o.shevchenko[at]ntpcorp.ru)

Аннотация

Перевод эвфемизмов является достаточно сложным процессом, поскольку данные языковые единицы формируются в условиях, неизвестных реципиенту. В этой статье анализируется перевод эвфемизмов американского стендап комика Джорджа Карлина, который в своих работах уделял особое внимание явлению эвфемии. Проанализировав средства передачи эвфемизмов в произведении Джорджа Карлина ‘When will Jesus bring the pork chops?’, было выявлено, что основной переводческой трансформацией для их интерпретации является калькирование. Однако наряду с калькированием также встречаются и такие переводческие трансформации, как: подбор эквивалента, описательный перевод, модуляция, семантический неологизм, опущение и целостное преобразование. В свою очередь, к приёмам, которые использовались реже относятся: грамматическая замена, лексическое добавление, транскрибирование, генерализация и конкретизация.

Ключевые слова: эвфемизм, переводческие конструкции, переводческие трансформации, калькирование, политкорректность, эвфемизация.

EUPHEMISMS IN GEORGE CARLIN'S "WHEN WILL JESUS BRING THE PORK CHOPS?" AND THE WAYS OF THEIR TRANSLATION INTO RUSSIAN

Research article

Dekhnic O.V.¹, Markelova O.V.², Shevchenko O.Yu.^{3,*}^{1,2} Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia;³ "NTPK" LLC, Belgorod, Russia

* Corresponding author (o.shevchenko[at]ntpcorp.ru)

Abstract

The translation of euphemisms is a rather complex process since these language units are formed in conditions unknown to the recipient. The current article analyzes the translation of euphemisms by the American stand-up comedian George Carlin who pays special attention to the phenomenon of euphemia in his works. After analyzing the means of transmitting euphemisms in George Carlin's ‘When will Jesus bring the pork chops?’, the study determines that the main translation transformation for their interpretation is calque. However, along with calque, there are also such translation transformations as equivalent selection, descriptive translation, modulation, semantic neologism, omission, and holistic transformation. The techniques that are used less often include grammatical replacement, lexical addition, transcription, generalization, and concretization.

Keywords: euphemism, translation constructions, translation transformations, calque, political correctness, euphemization.

Введение

Джордж Карлин – известный американский комик, писатель, признанный одним из основателей современного стендапа. Его работы пронизаны политической сатирой, черным юмором, лингвистическими наблюдениями, а также жесткой критикой жизни простого обывателя США. Особое место в творчестве автора занимает тема эвфемизации американского варианта английского языка. Своё отношение к данному явлению автор многократно выражал в своих выступлениях и книгах. За свою жизнь Джордж Карлин написал семь книг, однако только одна из них была переведена на русский язык. По этой причине существует ограниченное количество научных работ на русском языке, посвященных исследованию творчества данного автора. Комедийный жанр стендап, в котором работал писатель, сегодня набирает большую популярность. В особенности это касается работ американских стендап комиков. Это ставит перед переводчиками задачу грамотной и адекватной интерпретации произведений данного типа. В свою очередь, перевод эвфемизмов представляет собой один из сложнейших переводческих аспектов, работа над которым требует не только владения языком на достаточно высоком уровне, но и наличия знаний о культуре страны переводимого языка.

В данной статье объектом исследования выступают эвфемизмы в произведении Джорджа Карлина “When will Jesus bring the pork chops?”. Предметом исследования стали способы передачи эвфемизмов на русский язык.

Новая тенденция американского варианта английского языка

Одной из тенденций современного английского языка является эвфемизация. Эвфемизм – термин, имеющий множество различных определений, объединённых одним общим смыслом, который трактуется как языковая единица, служащая для придания нейтральной окраски слов негативной коннотации. Данное понятие было впервые использовано в работе английского антиквара и лексикографа Томаса Блаунта, который определял его как “*a good or favourable interpretation of a bad word*” [13, С. 12]. «*смягченная или благозвучная интерпретация неприличного слова*» (перевод авторов).

Отечественные ученые также уделяют эвфемии большое внимание. Так, Л.В. Скороходова трактует это явление как «нейтральное по смыслу и эмоциональной окраске слово или описательное выражение, к которому обычно прибегают в текстах и публичных высказываниях для того, чтобы заменить другие, которые считаются непристойными или неуместными словами и выражениями» [11, С. 6].

В. П. Москвин считает, что «эвфемизмы представляют собой средство реализации условия ситуативной уместности речи. Эвфемия, таким образом, – это использование словесных зашифровок с целью смягчить, завуалировать, предмет сообщения, оставив возможность любому носителю языка догадаться, о чем идет речь» [9, С. 64].

И.Р. Гальперин определяет эвфемизм как «слово или фразу, используемую для замены неприятного слова или выражения более приемлемым словом или выражением» [2, С. 175].

По мнению Ю. М. Скребнева, «термин эвфемизм предполагает общественную практику замены табуируемых названий словами и выражениями, которые кажутся смягченными, безобидными или, по крайней мере, менее оскорбительными» [14, Р. 82].

События, происходящие в современном обществе, служат толчком для формирования колоссального числа новых эвфемизмов, которые сегодня выполняют намного больше функций, чем просто благозвучие. Процесс появления такого количества эвфемизмов именуется эвфемизацией речи. Она проникает во все сферы жизни социума и приводит к рождению нового языка. Особенно сильно процесс эвфемизации наблюдается сегодня в американском варианте английского языка. Доказательством этому служит появления нового толерантного языка и, как следствие, политкорректного общества. «Политкорректность имеет дело не столько с содержанием, сколько с символическими образами и корректировкой языкового кода. Речь декорируется знаками антирасизма, терпимого отношения к национальным и сексуальным меньшинствам. Терпимость манифестируется в смягченных выражениях» [6, С. 284].

Широкое распространение эвфемизмов обуславливается появлением новых зон табу в стране исследуемого языка. Из чего следует, что некоторые обсуждаемые темы, а также различные сферы жизни людей подвергаются явлению эвфемизации.

Примером этому может стать трансформация выражений *Afro-American* и *differently abled*:

«negro → black → afro-american (афроамериканец)» [4, С. 2310].

«lame → crippled → handicapped → disabled → differently abled (инвалид)» [4, С. 2318].

Появление большого числа эвфемизмов почти во всех сферах жизни социума создаёт определённые трудности при переводе рассматриваемых в статье языковых единиц. Поскольку такой язык формируется в определённой культуре и в условиях неизвестных будущему реципиенту, это делает достаточно сложным подбор точного эквивалента, так как во время перевода с одного языка на другой приходится также осуществлять перевод с «одной культуры на другую».

Несмотря на то, что сегодня «подробно разрабатываются классификации эвфемизмов, способы их образования, рассматриваются сферы эвфемизации в разных языках и культурах. Однако по-прежнему фрагментарны исследования, в центре внимания которых находится собственно переводческий аспект» [8, С. 93].

На сегодняшний день существуют методы и приёмы передачи смысла рассматриваемых языковых единиц, которые чаще других используются при интерпретации эвфемизмов. Л. С. Бархударов, исследуя способы перевода эвфемизмов, выделял следующие переводческие трансформации как наиболее часто-используемые для их интерпретации: «антонимический перевод, генерализация, конкретизация, грамматические замены, метод подбора эквивалента, калькирование, модуляция, описательный перевод, опущение» [1, С. 153].

В.Н. Комиссаров относил к часто встречающимся переводческим трансформациям при переводе эвфемизмов «основные типы лексических трансформаций: переводческое транскрибирование и транслитерацию, калькирование и лексико-семантические замены» [5, С. 172].

Е. С. Павлова выделяет добавление как один из основных методов передачи эвфемизмов [10, С. 173]. Данный метод заключается во введении дополнительного слова при переводе.

В. Н. Крупнов в своей работе «В творческой лаборатории переводчика» выделял перифраз как один из способов перевода эвфемизмов в ситуации, когда в языке перевода нет подходящего эквивалента для обозначения какого-либо явления, описываемого в языке оригинала [7, С. 112].

Особенности исследуемого произведения Джорджа Карлина

Особое внимание рассмотрению и критике тенденции эвфемизации американского варианта английского языка уделил в своём творчестве американский стендап комик и писатель Джордж Карлин. В своих книгах и выступлениях он высмеивал многие злободневные темы жизни американского обывателя, а именно, *Политика, Религия, Жизнь внутри системы* и *Эвфемизация английского языка*. Последняя занимает в его творчестве одно из основных мест. Особое внимание данной проблеме автор уделил в своей книге *“When will Jesus bring the pork chops?” пер. «Будущее уже не то, что прежде»*, в переводе Николая Мезина, под редакцией Юлии Быстровой.

Особенностью исследуемого произведения американского стендап комика Джорджа Карлина *“When will Jesus bring the pork chops?” пер. «Будущее уже не то, что прежде»*, вышедшего в свет в октябре 2004 года, является тот факт, что оно написано в жанре юмористической литературы, что усложняет перевод любых аспектов данной работы. Это обуславливается тем, что перевод юмористической литературы всегда был одним из самых сложных, так как переводчик должен интерпретировать сатиру и шутки, которые были сформированы под влиянием событий, зачастую, неизвестных в стране языка перевода. Всё это превращает интерпретацию эвфемизма в этакый творческий процесс угадывания его смысла, основываясь на контексте. Таким образом, переводчику необходимо быть в курсе событий, происходящих в стране переводимого языка.

Исзуемое произведение является одной из самых популярных работ автора. Данная книга представляет собой сборник заметок, наблюдений и рассказов, написанных под влиянием событий, происходивших в период конца 20-го -

начала 21-го вв. Стиль повествования в данном сборнике заметно отличается от остальных произведений Джорджа Карлина, поскольку произведение написано в более мрачных тонах и с более резкой критикой в отношении американского общества. Выход этой книги сопровождался большим скандалом. Одной только обложкой автор оскорбил сразу 3 религии – христианство, ислам и иудаизм. На обложке изображен фрагмент из «Тайной вечери» Леонардо да Винчи с пустым креслом Иисуса Христа и Джорджем Карлином, сжимающим в руках столовые приборы.

Эвфемизмы в произведении Джорджа Карлина

Своё отношение к эвфемизации американского варианта английского языка Джордж Карлин не раз высказывал со сцены и в своих произведениях:

"I don't like euphemisms or euphemistic language. And American English is loaded with euphemisms" [12, С. 5].

пер. «Мне не нравится благоречие и всё, что с ним связано. В американском английском этого полно» [3, С. 19].

Этими словами автор хочет сказать, что на сегодняшний день американский вариант английского языка, больше чем другие языки, переполнен словами, преследующих цель исказить действительность.

Автор описал свои наблюдения в 14 главах, которые можно классифицировать по следующим тематикам: *Политика, Реклама, Повседневная жизнь, Сервис, Название социальных групп, Социальная жизнь, Страх перед реальностью*.

Главной и основной причиной, в которой Джордж Карлин видел проблему появления эвфемизмов, были политики и политические активисты, которые придумывают новые формулировки для озвучивания своих идей с целью извлечения личной выгоды либо же для достижения определённого результата. Подтверждение данным словам можно найти в заметке *"A Few Afterthoughts"*.

"When liberals talk about spending, they call it investing or funding. Funding means spending money. We need to do more to fund education. When Republicans need to raise taxes, they call it revenue enhancement" [12, С. 36].

пер. «Когда либералы говорят о расходах, они употребляют слова **инвестиции** и **финансирование**. **Финансировать** значит **тратить деньги**. Мы должны активнее **финансировать** образование. Когда республиканцам надо **поднять налоги**, они называют это **подпиткой государственного бюджета**» [3, С. 55].

В данной заметке автор подчеркивает, при помощи каких действий представители демократической и республиканской партий добиваются своих целей. Они меняют язык таким образом, чтобы все сформулированные лозунги и призывы звучали завуалированно и официально. Здесь мы сталкиваемся преимущественно с переводческой трансформацией калькирование: *"investing"* – «**инвестиции**», *"funding"* – «**финансирование**», *"to fund education"* – «**финансировать образование**». В этом примере также переводчик использует метод подбора эквивалента: *"revenue enhancement"* – «**подпитка государственного бюджета**».

Однако уже в следующем рассказе *"Choosing sides"* можно встретить примечания переводчика, которые также могут быть идентифицированы как вспомогательные элементы, помогающие понять изначально заложенный автором смысл.

"The religious fanatics decided to call themselves pro-life. Well, the left wing decided on pro-choice" [12, С. 155].

пер. «Религиозные фанатики решили объявить, что они выступают **за жизнь**. Либералы остановились на лозунге **За свободу выбора**» [3, С. 175].

«В русском языке для названия этих партий используются английские заимствования **"пролайфисты"** и **"прокойсисты"**. – Прим. пер.» [3, С.175].

В этом рассказе Джордж Карлин описывает нагнетавший конфликт между сторонниками запрета абортов «пролайфистами» и их противниками «прокойстами», которые выступали за легализацию абортов, однако признавали их проведение только в определённых случаях. Финал этой баталии произошёл в 1973 году. Противостояние закончилось победой «прокойстов», то есть узакониванием абортов на территории США. Методы, использованные при интерпретации этих выражения, можно трактовать как семантические неологизмы, образованные при помощи трансформации транскрибирование с элементами калькирования: *"pro-life"* – «**пролайфисты**», *"pro-choice"* – «**прокойсисты**». Однако сам переводчик принял решение остановиться на калькировании по причине того, что ввод терминов «**пролайфисты**» и «**прокойсисты**» без каких-либо комментариев был бы непонятен некоторым читателям.

Еще одной сферой, которая, по мнению автора, использует эвфемизмы только для личной выгоды, является сфера **Рекламы**, где создаются новые формулировки для более успешного продвижения товаров и увеличения объёмов продаж. Джордж Карлин описал это явление в рассказе под названием: *"Food lingo"*.

"Fresh, natural, hearty, old-fashioned, homemade goodness. In a can" [12, С. 118].

пер. «**Свежее, натуральное, здоровое, традиционное, домашнее лакомство. В жестянке**» [3, С.139].

Представленные выражения автор характеризовал как лишённые смысла. По его мнению, они не несут в себе ничего кроме цели сделать название товара более броским и запоминающимся для привлечения большего количества покупателей. Последней фразой *"in a can"*, переведённой как «**в жестянке**», Джордж Карлин показывает насколько глупо и бессмысленно звучат подобные выражения. Это объясняется тем, что в итоге покупатель получает продукт, изготовленный и упакованный на заводе, что уже не соответствует рекламным слоганам. Калькирование стало основным приёмом перевода в рассказе *"Food lingo"*. Переводчик использует это средство при переводе таких выражения, как: *"fresh"* – «**свежий**» и *"natural"* – «**натуральный**». Однако при переводе фразы *"old-fashioned"* переводчик уже использовал модуляцию. Это обусловлено тем, что, если бы перевод выражения *"old-fashioned"* звучал как «**старомодный / устаревший**», а не «**традиционный**», то это бы не подходило для языка рекламы, так как в русском языке «**старомодный / устаревший**» имеют отрицательную коннотацию.

В данном варианте перевода также можно встретить приём целостного преобразования. Так, в главе *"The Y words"*, в которой автор рассказывает о появившейся в то время, в американской рекламной сфере, тенденции добавлять суффикс *"y"* в конце слова. С таким суффиксом слова, по мнению маркетологов, звучали более привлекательно для клиентов.

*“And while we’re at it, **zesty** and **tangy** are not real words that normal people use in conversation”* [12, С. 123].

пер. «И раз уж о том зашла речь, то слова **кислинка** и **горчинка** практически не встречаются в речи нормальных людей» [3, С.144].

В рассказе “The Y words” комик подчеркивает, что представители рекламной службы создают такие слова и выражения, которые никогда не используются в повседневной речи обычного человека, а применимы лишь исключительно в рекламе. Данный случай использования целостного преобразования при переводе слов ‘*tangy*’ – «кислинка» и ‘*zesty*’ – «горчинка», вероятно, обоснован отсутствием достаточно точного смыслового эквивалента.

Прямым следствием того, что эвфемизмы часто используются в рекламе и транслируются по ТВ в речи политиков и активистов различных организаций, становится их проникновение во все сферы повседневной жизни.

«*Nonprofit* became **not-for-profit**, because **nonprofit** sounded too much as though someone didn’t know what they were doing» [12, С. 7].

пер. «**Бесприбыльный** стал **некоммерческим**: чтобы не возникало ощущения, будто кто-то хотел заработать, но сел в лужу» [3, С.25].

В рассказе ‘A new language’ Джордж Карлин пытается найти объяснение причин появления эвфемизмов для тех слов, смысл которых не несет в себе ничего вульгарного, запрещённого или неуместного. По мнению автора, причина кроется в том, что эти слова звучат недостаточно официально для людей, которым необходимо поддерживать свой деловой статус. В следствии чего они прибегают к таким средствам. В данном отрывке наблюдается использование метода подбора эквивалента: ‘*not-for-profit*’ – «некоммерческий». Этот же приём можно встретить в главе ‘EUPHEMISMS: It’s a Whole New Language’.

«*Many things that used to be free are now complimentary. Asking the hotel clerk if the newspapers are free makes you sound like a mooch*» [12, С. 8].

пер. «Многие вещи, что когда-то давали **бесплатно**, теперь вручают **в подарок**. Если спросить в гостинице, **бесплатные** ли у них газеты, выступишь себя попрошайкой» [3, С.25].

Писатель подчеркивает тот факт, что люди, использующие старый, простой и всем понятный язык, сегодня воспринимаются как чудаки, либо же как представители низших социальных слоёв общества. Это передаётся при помощи фразы ‘*makes you sound like a mooch*’, которая была переведена как «вы выступишь себя попрошайкой».

Джорджа Карлина печалил тот факт, что на момент написания книги уже не оставалось сферы жизни, которая бы не была затронута тенденцией эвфемизации. Так, в рассказе ‘Hotel lingo’ он пишет про то, как меняются названия **сервиса** и различных профессий.

«*There is no part of American life that hasn’t been soiled by the new, softer, artificial language. You notice it in the **hotel business**, or as they prefer to think of themselves now, the **hospitality industry**»* [12, С. 95]

пер. «В Америке не осталось места, не замусоренного нынешним искусственно разжиженным языком. Ты обнаруживаешь его и в **гостиницах**, или, как эти ребята предпочитают нынче зваться, в **индустрии гостеприимства**» [3, С.117].

Как и в большинстве других случаях перевода эвфемизмов в данном произведении переводчик использует метод калькирования: ‘*hospitality industry*’ – «индустрия гостеприимства». А уже в следующем применяется метод модуляции.

«*There was a time in a hotel when you checked in with the **desk clerk**. Now he’s the **front-desk agent**»* [12, С. 96].

пер. «В былые времена в гостиницу вас селил **администратор**. Теперь это делает **представитель службы регистрации**» [3, С.118].

На протяжении всей главы, связанной с гостиничным жаргоном, Джордж Карлин подчеркивает тот факт, что изменение названий профессий или некоторых услуг сервиса не имеет смыслового значения. Изменения коснулись лишь только наименований, хотя сами услуги и оказывающие их люди остались прежними.

В главе ‘Food and Restaurants’ автор описывает как явление эвфемии меняет язык, используемый в ресторанном бизнесе и сфере, связанной с употреблением пищи. В одном из абзацев этой главы Джордж Карлин представляет, какими выражениями сегодня описывается акт употребления воды. Для передачи заложенной автором насмешки переводчик прибег к использованию метода подбора эквивалента.

«*Pretentiousness is the reason we don’t **drink water** anymore. Instead we **hydrate** ourselves»* [12, С. 125].

пер. «Никогда не сбрасывайте со счетов претенциозность. Именно претенциозность - причина того, что мы больше не **пьем воду** - мы **восстанавливаем водный баланс организма**» [3, С.145].

Данный абзац передаёт идею автора о том, что именно претенциозность, а точнее, желание иметь успешный официально деловой статус в глазах других людей, становится основной причиной широкого распространения эвфемизмов в языке.

В своём произведении автор не мог не коснуться проблемы нового толерантного языка, в котором происходят изменения названий определённых **групп людей** с целью сделать их более нейтральными или же менее обидными.

«*No one mentions **cripples** anymore. That’s because, in yet another stunning attempt to stand reality on its head, **cripples** have been assigned a new designation, the **physically challenged**»* [12, С. 61].

пер. «О **калеках** мы больше не слышим. Потому что в очередной дерзновенной попытке поставить реальность с ног на голову бюстители политкорректности дали им свое определение: **люди с ограниченными физическими возможностями**» [3, С.83].

Так, в рассказе ‘CRIPPLED LIBERALS’ он высказывает своё мнение касательно данной тенденции. Джордж Карлин подчеркивает тот факт, что эти изменения происходят не в первый раз. Примером может служить фраза ‘*in yet another stunning attempt*’, что переводится как «в очередной дерзновенной попытке». Автор указывает на нелепость таких действий. По его мнению, это очередная попытка перевернуть мир - поставить реальность с ног на голову. При передаче фразы ‘*physically challenged*’ переводчик подбирает эквивалентное выражение «люди с ограниченными физическими возможностями».

Для перевода Н. Мезина характерны симбиозы переводческих трансформаций. Так, например, в следующем отрывке было использовано опущение с элементами калькирования: *'differently abled'* – «инакомогуций».

«The same is true of the ungainly phrase differently abled. If a person is going to insist on using tortured language such as differently abled, then he should be forced to use it to describe everyone» [12, С. 63].

пер. «То же самое можно сказать и про другой неуклюжий термин: **инакомогущие**. Если кто-то упорно употребляет этот изуродованный язык и говорит слово **инакомогущие**, то его следует заставить называть этим словом всех людей» [3, С.85].

Такой симбиоз приёмов помогает достаточно точно отразить в переводе негодование автора. По мнению Джорджа Карлина, данное переименование лишено всякого смысла, так как к категории *'differently abled'* – «инакомогуций» можно отнести любого человека, поскольку каждый из нас может то, чего другой человек сделать не в состоянии.

Для перевода определённых выражений в рассказе *'STUPID PEOPLE'* используется генерализация *'minimally exceptional'* – «немного особенный». В этом рассказе Джордж Карлин критикует новую тенденцию, появившуюся в 2001 году после принятия закона *'No child left behind'* – «Ни одного отстающего ребёнка». Целью данного закона было выравнивание общих образовательных показателей в стране, поддержка и защита детей. В следствии этого в речи граждан США появились такие эвфемизмы.

«One of the terms now used to describe these stupid kids is minimally exceptional. Whatever happened to the old, reliable explanation: The boy is slow. He's slow» [12, С. 66].

пер. «Вот один из терминов, которым сейчас обозначают обычных глупых детей: **немного особенный**. А куда же подевалось старое проверенное определение: **туго соображает**? Мальчик **туго соображает**. Он **тупой**» [3, С.89].

Для сохранения и передачи эвфемизма *'minimally exceptional'* – «немного особенный» в этом рассказе переводчик подбирает такие выражение на фоне которых, перевод слова *'slow'* будет подчеркивать эвфемистичность фразы «немного особенный». В данном случае ими стали такие выражения, как: «**туго соображает**» и «**тупой**».

Явление эвфемии не могло не повлиять на множество других **сфер жизни социума**. Изменения коснулись не только названий профессий, но и названий работающих людей.

«People who have jobs are called members of the workforce. But I can't help thinking the Russian Revolution would have been a lot less fun if the Communists had been running through the streets yelling: Members of the workforces of the world, unite!» [12, С. 81].

пер. «Люди, имеющие работу, называются **единицами трудового ресурса**. И мне думается, что в русской революции было бы куда меньше движухи, если бы коммунисты, выходя на улицы, вопили: **Единицы трудового ресурса всех стран, соединяйтесь!**» [3, С.103].

В данном отрывке Джордж Карлин описывает один из известнейших коммунистических лозунгов, ставший рычагом, побудившим рабочий класс объединиться и бороться за свои права. Автор подчеркивает насколько комично и нелепо смотрелся бы тот самый призыв Карла Маркса и Фридриха Энгельса, высказанный ими в «Манифесте коммунистической партии», и то, что он не оказал бы такого же сильного и масштабного влияния, если бы вместо выражения *'workers'* – «**пролетарии**» использовался был современный, лишённый эмоциональной окраски эвфемизм *'members of the workforces'* – «**единицы трудового ресурса**». Для передачи комичности и абсурдности, заданной автором, в этом отрывке переводчик прибегнул к использованию конкретизации: *'members of the workforces'* – «**единицы трудового ресурса**».

Одной из функций эвфемизмов, как уже было указано выше, является замена одного слова на другое с более нейтральным значением. Больше всего эта функция получила распространение в названиях процессов, относящихся к увольнению людей. Примеры новых эвфемизмов, которые придумывают фирмы, упражняясь в так называемой словесной гимнастике, делают название процедуры увольнения нейтральным, но, по мнению автора, это никак не меняет суть процесса.

«After all, being fired, released or terminated would seem a lot easier to accept than being non-retained, dehiored or selected out» [12, С. 84].

пер. «И вообще, если **уволтили, попросили или выперли** - это как-то проще принять, чем **отказ в дальнейшем найме, невозобновление контракта или вывод из штата**» [3, С.105].

В данном отрывке Джордж Карлин описывает тенденцию, которая зародилась в Соединенных Штатах, по переименованию абсолютно всех уровней и сфер, связанных с трудоустройством, наймом и увольнением. Многие из вещей получили новые номинации, но это никак не изменило их сути. Автор подчеркивает, что превращения фраз *'being fired'* – «**быть уволенным**», *'terminated'* – «**выперли**» не отменяет того факта, что люди лишились своих рабочих мест и были оставлены на произвол судьбы. В этом отрывке используется метод подбора эквивалента: *'non-retained'* – «**отказ в дальнейшем найме**», *'dehiored'* – «**невозобновление контракта**», *'selected out'* – «**вывод из штата**». Это обусловлено профессиональной сферой, о которой идёт речь в рассказе.

Последней и достаточно ярко-выраженной группой является «Страх перед смертью», которая, по мнению автора, очень четко прослеживается в жизни простого обывателя США.

«We no longer have old people. They're all gone, replaced by senior citizens. Somehow we wound up with millions of these unfortunate creatures known as golden-agers and mature adults» [12, С. 214].

пер. «Больше нет **старых людей**: они исчезли, их вытеснили **граждане старшего возраста**. Миллионам наших ближних вдруг посчастливилось превратиться в **людей зрелых лет** и **старших взрослых**» [3, С.226].

В главе *'It's Getting' old'*, где рассматривается изменение всем понятного названия *'old people'* – «**старые люди**» на такие фразы как *'senior citizens'* – «**граждане старшего возраста**», *'golden-agers'* – «**люди зрелых лет**», *'mature adults'* – «**старшие взрослые**». Такое многообразие появившихся эвфемизмов, связанных со старением и создающих впечатление того, что жизнь может продлиться немного дольше, указывает на тот факт, что люди всячески пытаются избежать употребления выражения «старые люди», которое, видимо, пугает их и напоминает о неизбежности смерти.

Использование таких переводческих трансформаций, как: модуляция – ‘golden-agers’ – «люди зрелых лет», метод подбора эквивалента: ‘senior citizens’ – «граждане старшего возраста» и калькирования: ‘mature adults’ – «старшие взрослые», помогает переводчику достичь нужного смыслового эквивалента и сохранить при переводе, обозначенную автором, нелепость данных эвфемизмов.

Тема смерти всегда была и остаётся одной из главных языковых зон табу для людей. По этой причине на сегодняшний день существует большое количество разных эвфемизмов, обозначающих тот или иной факт относящийся к данной теме.

В последней главе своей книги ‘Death and dying’ Джордж Карлин поднимает тему того, как сильно изменился язык, связанный со смертью человека и его погребением. Автор указывает как сильно эвфемизировалась данная область языка.

«The senior citizen passed away, so the funeral director claimed the remains of the decedent took them to the memorial chapel and placed them in a burial container. Grieving survivors sent floral tributes to be displayed in the slumber room, where the grief coordinator conducted the viewing. Following the memorial service, the funeral coach transported the departed to the garden of remembrance where his human remains were interred in their final resting place» [12, С. 277].

пер. «Наш пожилой человек ушел от нас, и тогда похоронный агент востребовал останки усопшего, доставил их в поминальную часовню и обеспечил ритуальными принадлежностями. Скорбящие присылали прощальные букеты, которые выставлялись в зале прощаний, где распорядитель скорби проводил бдение у гроба. После заупокойной службы погребальный экипаж доставил покойного в сад памяти, где его человеческие останки предали земле в месте их последнего упокоения» [3, С.289].

В этом абзаце автор обращает внимание читателя на то, что многие обычные выражения как ‘old man died’ – «старик умер», которые не несут в себе негативных коннотаций заменяются эвфемизмами, такими как: ‘senior citizen passed away’ – «пожилой человек ушёл». Следующей лексемой, претерпевшей изменение, стало выражение ‘undertaker’ – «гробовщик». Теперь гробовщика принято официально называть ‘funeral director’ – «похоронный агент». Слово ‘body’, которое в данном контексте переводится как «тело», также претерпело изменение и превратилось в ‘remains of decedent’ – «останки усопшего». Цветы, которые в оригинале звучат как ‘flowers’ были преобразованы в результате эвфемизации в ‘floral tributes’ – «прощальные букеты». Всем известная ‘funeral’ – «панихида» превратилась в итоге в ‘memorial service’ – «заупокойная служба». Выражение ‘held a wake’ – «сидеть с покойником» также было преобразовано со временем в ‘viewing’ – «бдение у гроба». То, на чём умерших раньше доставляли на кладбище, имело название ‘hearse’ – «катафалк». Автор пишет, что теперь данное слово имеет новый аналог ‘funeral coach’ – «поминальный экипаж». Хорошо всем известное «кладбище», в оригинале звучащее как ‘cemetery’ сегодня обозначается таким словосочетанием как ‘garden of remembrance’ – «сад памяти». В свою очередь зарытый в могилу покойник ‘dead man’ – «покойник», ‘be buried in a grave’ – «зарыть в могилу», превратился в преданные земле человеческие останки в месте их последнего упокоения: ‘human remains’ – «человеческие останки», ‘be interred in final resting place’ – «передать земле в месте последнего упокоения».

Для передачи иронии и абсурдности, показанных автором в данном отрывке, была использована ни одна переводческая трансформация. Среди них: метод подбора эквивалента ‘grieving survivors’ – «скорбящие», калькирование ‘final resting place’ – «место последнего упокоения», ‘garden of remembrance’ – «сад памяти», ‘departed’ – «покойный». Также наблюдать симбиоз этих двух конструкций при переводе выражения ‘The senior citizen passed away’ – «наш пожилой человек ушел от нас». Наряду с калькированием и методом подбора эквивалента переводчик также использует трансформацию семантический неологизм: ‘funeral director’ – «похоронный агент», модуляцию: ‘floral tributes’ – «прощальные букеты», ‘remains of the decedent’ – «останки усопшего», ‘slumber room’ – «зал прощаний», целостное преобразование: ‘viewing’ – «бдение у гроба», ‘memorial service’ – «заупокойная служба», ‘funeral coach’ – «погребальный экипаж»

Используя метод сплошной выборки, в произведении Джорджа Карлина ‘When will Jesus bring the pork chops?’ было выявлено 308 эвфемизмов. Итогом анализа и определения переводческих трансформаций, благодаря которым происходила передача эвфемизмов, стали данные, представленные в следующей таблице.

Таблица 1 – Количественный показатель переводческих трансформаций, исследованных при переводе эвфемизмов в произведении Джорджа Карлина “When Jus will bring the pork chops?”

Переводческая трансформация	Количество, шт.
Генерализация	7
Грамматическая замена	14
Калькирование	123
Конкретизация	9
Лексическое добавление	16
Метод подбора эквивалента	37
Модуляция	21
Описательный перевод	33
Опущение	13
Семантический неологизм	22
Транскрибирование	2
Целостное преобразование	11

В процентном соотношении, это наглядно демонстрирует диаграмма.

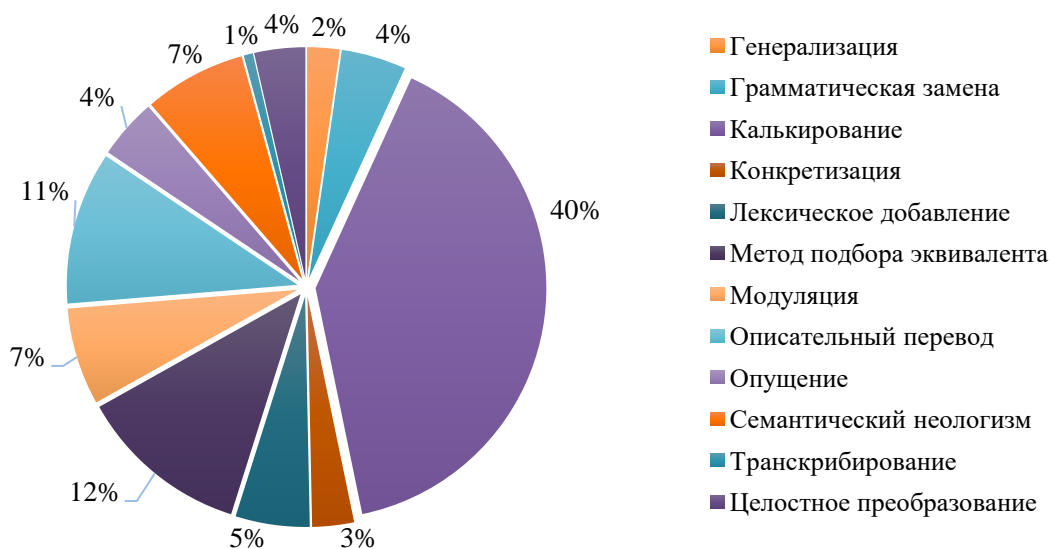


Рис.1 – Процентное соотношение переводческих трансформаций, исследованных при переводе эвфемизмов в произведении Джорджа Карлина “When will Jesus bring the pork chops?”

Заключение

Н. Мезин применил большое количество различных средств интерпретации, благодаря которым можно воспроизвести достаточно точный смысл эвфемизмов, заложенный автором оригинала. Исходя из полученных данных, делаем вывод, что калькирование (40%) занимает лидирующую позицию среди способов передачи эвфемизмов на русский язык в произведении Джорджа Карлина “When will Jesus bring the pork chops?”. К часто встречаемым методам также относятся: метод подбора эквивалента (12%), описательный перевод (11%), модуляция (7%), семантический неологизм (7%) и лексическое добавление (5%). Наименее используемыми приёмами стали: грамматическая замена (4%), опущение (4%), целостное преобразование (4%), конкретизация (3%), генерализация (2%) и транскрибирование (1%). Однако не стоит забывать, что не существует точных формул и списков переводческих трансформаций, которые будут всегда актуальны.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода / Л. С. Бархударов. – М. : Международные отношения, 1975. – 240 с.
2. Гальперин А. И. Очерки по стилистике английского языка / А. И. Гальперин. – М. : Изд-во литературы на иностранных языках, 1958. – 452с.
3. Карлин Дж. Будущее уже не то, что прежде / Джордж Карлин ; под общ. ред. Ю. Быстровой – 2-е изд. – М. : Альпина нон-фикшн, 2020. – 308 с.
4. Карпов Э. С. Функционирование сленга в инфотелекоммуникационных технологиях на примере глобальной сети Интернет / Э. С. Карпов // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2013. – Т. 3. – С. 2316–2320.
5. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода: учебное пособие / В. Н. Комиссаров. – М. : Высшая школа, 1990. – 253 с.
6. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов: [Более 4500 слов и выражений] / Н. Г. Комлев. – М. : ЭКСМО, 2006. – 669 с.
7. Крупнов В. Н. В творческой лаборатории переводчика / В. Н. Крупнов. – М. : Международные отношения, 1976. – 192 с.
8. Морева А. В. Особенности и трудности перевода эвфемизмов (на материале новостных статей BBC) / А. В. Морева, О. М. Грекова // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. – 2018. – Т. 4. – С. 90–102.
9. Москвин В. П. Эвфемизмы, системные связи, функции и способы образования / В. П. Москвин. // Вопросы языкознания. – 2001. – № 3. – с.61–67.
10. Павлова Е.К. Языковые проблемы глобальной политической коммуникации и перспективы их решения посредством гармонизации национальных тезаурусов / Е. К. Павлова. – М. : Прометей, 2007. – 218 с.
11. Скороходова Л. В. Эвфемизмы и псевдоэвфемизмы в английском языке. Сферы и цели использования / Л. В. Скороходова // «Language & Science». – 2013. – [Электронный ресурс]. URL: <http://old.utmn.ru/docs/9508.pdf> (дата обращения 05.05.2021).
12. Carlin G. When Will Jesus Bring The Pork Chops? / G. Carlin. – New York: Hachette Books, 2015. – 295 p.
13. Enright D. J. Fair of Speech: The Uses of Euphemism / D. J. Enright. – Oxford: Oxford Univ. Press, 1985. – 316 p.
14. Skrebnev Y. M. Fundamentals of English Stylistics / Skrebnev Y. M. – M.: Higher School, 1994. – 240 p.

Список литературы на английском / References in English

1. Barhudarov L. S. Yazyk i perevod: Voprosy obshchej i chastnoj teorii perevoda [Language and translation: Questions of general and specific theory of translation] / L. S. Barhudarov. – M. : Mezhdunarodnye otnosheniya, 1975. – 240 p. [in Russian]

2. Gal'perin A. I. Ocherki po stilistike anglijskogo yazyka [Essays on the style of the English language] / A. I. Gal'perin. – M. : Publishing house literature na inostrannykh yazykakh, 1958. – 452 p. [in Russian]
3. Karlin Dzh. Budushchee uzhe ne to, chto prezhe [The future is not what it used to be] / Dzhordzh Karlin ; ed. YU. Bystrovoy – 2–nd ed. – M. : Al'pina non–fikshin, 2020. – 308 p. [in Russian]
4. Karpov E. S. Funkcionirovanie slenga v infotelekkommunikatsionnykh tekhnologiyah na primere global'noj seti Internet [The functioning of slang in information and telecommunication technologies on the example of the global Internet] / E. S. Karpov // Nauchno–metodicheskij elektronnyj zhurnal «Koncept». – 2013. – Vol. 3. – P. 2316–2320. [in Russian]
5. Komissarov V. N. Obshchaya teoriya perevoda: uchebnoe posobie [General translation theory: study guide] / V. N. Komissarov. – M. : Vysshaya shkola, 1990. – 253 p. [in Russian]
6. Komlev N. G. Slovar' inostrannykh slov: [Bolee 4500 slov i vyrazhenij] [Dictionary of foreign words] / N. G. Komlev. – M. : EKSMO, 2006. – 669 p. [in Russian]
7. Krupnov V. N. V tvorcheskoy laboratorii perevodchika [In the translator's creative laboratory] / V. N. Krupnov. – M. : Mezhdunarodnye otnosheniya, 1976. – 192 p. [in Russian]
8. Moreva A. V. Osobennosti i trudnosti perevoda evfemizmov (na materiale novostnykh statej BBC) [Peculiarities and Difficulties in Translation of Euphemisms (Based on BBC News Articles)] / A. V. Moreva, O. M. Grekova // Nauchnyj rezul'tat. Voprosy teoreticheskoy i prikladnoy lingvistiki. – 2018. – Vol. 4. – P. 90–102. [in Russian]
9. Moskvina V. P. Evfemizmy, sistemnye svyazi, funktsii i sposoby obrazovaniya [Euphemisms, system connections, functions and methods of education] / V. P. Moskvina. // Voprosy yazykoznavaniya. – 2001. – № 3. – P. 61–67. [in Russian]
10. Pavlova E. K. YAzykovye problemy global'noj politicheskoy kommunikatsii i perspektivy ih resheniya posredstvom garmonizatsii natsional'nykh tezaurusov [Language problems of global political communication and prospects for their solution through the harmonization of national thesauri] / E. K. Pavlova. – M. : Prometej, 2007. – 218 p. [in Russian]
11. Skorohodova L. V. Evfemizmy i psevdofemizmy v anglijskom yazyke. Sfery i celi ispol'zovaniya [Electronic resource] [Euphemisms and pseudo-euphemisms in English. Spheres and purposes of use] / L. V. Skorohodova // «Language & Science». – 2013. – URL: <http://old.utmn.ru/docs/9508.pdf> (accessed 05.05.2021). [in Russian]
12. Carlin G. When Will Jesus Bring The Pork Chops? / G. Carlin. – New York: Hachette Books, 2015. – 295 p.
13. Enright D. J. Fair of Speech: The Uses of Euphemism / D. J. Enright. – Oxford: Oxford Univ. Press, 1985. – 316 p.
14. Skrebnev Y. M. Fundamentals of English Stylistics / Skrebnev Y. M. – M.: Higher School, 1994. – 240 p.

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.121>СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ ЯНЬЮЙ,
ОТРАЖАЮЩИХ РОЛЬ КУЛЬТУРЫ ПИТАНИЯ В КИТАЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Научная статья

Ефименко Н.А.*

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

* Корреспондирующий автор (efimenko200205[at]mail.ru)

Аннотация

Для китайцев свойственна необычайная любовь к еде и своей кухне. Предлагаемая далее статья содержит многочисленные фразеологические выражения, относящиеся к тематической группе «Питание». После их отбора они были разделены на 2 группы: 1-я группа – с компонентом, обозначающим различные действия, связанные с процессом принятия пищи: *чи* 吃 («есть, кушать»); 2-я группа – с компонентами, обозначающими основные элементы питания: *фань* 饭 («еда»), *цань* 餐 («пища»), *ши* 食 («еда; питание»). Далее в результате компонентно-семантического анализа были выделены 4 тематические группы этих фразеологических единиц, характеризующих культуру питания китайского народа. В заключение, после проведения данного лексикографического исследования, был сделан вывод о том, что китайская культура питания богато представлена в национальной фразеологии, отражающей многие важные аспекты китайской языковой картины мира.

Ключевые слова: китайская кухня, фразеологизмы, фразеология, яньюй, языковая картина мира.

A SEMANTIC ANALYSIS OF PROVERBS (谚语) THAT REFLECT THE ROLE
OF FOOD CULTURE IN CHINESE SOCIETY

Research article

Efimenko N.A.*

Moscow State University Moscow, Russia

* Corresponding author (efimenko200205[at]mail.ru)

Abstract.

The Chinese have an extraordinary love for their cuisine. The current article contains numerous phraseological expressions related to the "Nutrition" thematic group. After selection, they were divided into 2 groups: group 1 contains a component indicating the various steps associated with consumption: *chī* 吃 ("to eat"); 2nd group contains components representing the basic elements of nutrition: *fàn* 饭 ("food"), *cān* 餐 ("meal"), *shí* 食 ("food, nutrition"). Further, as a result of component-semantic analysis, the study identifies 4 thematic groups of these phraseological units that characterize the food culture of the Chinese people. In conclusion, after conducting this lexicographic study, the study determines that the Chinese food culture is richly represented in the national phraseology, reflecting many important aspects of the Chinese language worldview.

Keywords: Chinese cuisine, phraseological units, phraseology, Yànyǔ, linguistic worldview.

Начиная с древнейших времён Китай опережал весь мир по объёму населения, в связи с чем практически во все исторические периоды проблема питания являлась одной из важнейших для китайского общества, что нашло отражение в китайском языке, а именно проявилось в большом количестве фразеологизмов, тематически связанных с культурой питания. Именно об этом писал великий древнекитайский историк Сыма Цянь в фундаментальном труде «Ши цзи» («Исторических записках»): «Для правителя жизненно необходимым является народ, а для народа жизненно необходимым является еда» («Ванчжэ и миньжэнь вэйтянь, эр миньжэнь и ши вэйтянь» «王者以民人为天，而民人以食为天») [3, С.177]

В настоящей работе рассматривается языковое выражение ценности культуры питания в китайских фразеологизмах. Надо отметить, что в Китае практически каждый человек знает и использует фразеологизмы, связанные с едой, и это является настолько привычным, что люди даже не замечают их. Но для иностранцев, изучающих китайский язык, эта тема традиционно очень сложна, поэтому исследователи китайского языка и культуры обычно берут китайскую кухню только в кулинарном плане, т.е. в плане обозначаемых реалий, а не в лингвистическом аспекте. Лишь Юань Вэньлян (袁文良) в статье «Слово о китайской культуре питания» («Сяньхуа чжунго дэ чи вэньхуа» 《闲话中国的吃文化》) [9] показывает, что любовь китайцев к еде имеет отражение в языке, и подтверждает это мнение разбором фразеологизмов, связанных с едой. Мысли этого автора являются абсолютно корректными, и это ещё раз подтверждает, что «культ» еды является незаменимым для китайцев.

В предлагаемой работе были подвергнуты анализу т. н. «привычные выражения», в частности, пословицы яньюй (яньюй 谚语), о которых известный китайский лингвист Ма Гофань сказал так: «Яньюй — это «текущий смысл», отражающий социальную реальность и жизненный опыт эпохи, являющийся кристаллизацией мудрости и опыта людей» [5].

Рассмотренный в работе языковой материал был отобран методом сплошной словарной выборки из более чем 5 словарных источников: это Китайский словарь яньюй [Ханьюй яньюй цыдянь 汉语谚语词典] [11], Большой русско-

китайский словарь [Да эхань цыдянь 大俄汉词典] [4], Словарь яньюй [Яньюй цыдянь 谚语词典] [7], Большой китайский словарь пословиц [Чжунго яньюй дацыдянь 中国谚语大辞典] [6] Китайско-русский фразеологический словарь [Эхань яньюй суюй цыдянь 俄汉谚语俗语词典] [8] и др.

Отобранные для анализа выражения были разделены на 2 группы:

1-я группа – с компонентом, обозначающим различные действия, связанные с процессом принятия пищи: *чи* 吃 («есть, кушать»);

2-я группа – с компонентами, обозначающими основные элементы питания: *фань* 饭 («еда»), *цань* 餐 («пища»), *ши* 食 («еда; питание»).

В результате компонентно-семантического анализа нами было выделено 4 группы фразеологических единиц, характеризующих культуру питания китайского народа на протяжении всего развития китайского общества. К ним относятся:

1. Пословицы, передающие базовые знания о еде (по своей сути аналогичные приметам): «Дун *чи* лобо ся *чи* цзян, буюн *шиэн кай яофан*» “冬吃萝卜夏吃姜，不用医生开药方” («Зимой – ешь редьку, летом – имбирь, и не придется к врачам ходить»), «*Чимянь до хэтан, мяндэ кай яофан*» “吃面多喝汤，免得开药方” («Когда ешь лапшу, пей больше бульона, и не нужен рецепт врача»), «*Нинкэ ши у жоу, букэ ши у доу*» “宁可食无肉，不可食无豆” («Допускается, чтобы в еде не было мяса, но нельзя, чтобы не было фасоли»), «*Фань хоу байбу цзоу, хо дао цзюшицзю*» “饭后百步走，活到九十九” («Если после еды делать сто шагов, то можно дожить до девяносто девяти лет»), «*Чифань сянь хэтан, буюн цин яофан*» “吃饭先喝汤，不用请药方” («До еды сначала съешь суп – и рецепт от врача не нужен»), «*Чжаоши саньпянь цзян, шэнго жэньшэнь тан*» “朝食三片姜，胜过人参汤” («Утром три ломтика имбиря лучше женьшеневого супа»). В таких пословицах часто упоминается китайская медицина, особенно часто используется слово *рецепт* (*яофан* 药方) в контексте: «если сделать что-то, то рецепт врача будет не нужен». Эти слова отражают неразделимость культуры питания и традиционной медицины в китайской языковой картине мира.

2. Пословицы, показывающие значение феномена питания в китайском мире: «*Цанлинь ши эр чжи лицзе, шиши цзу эр чжи жунжу*» “仓廩实而知礼节，衣食足而知荣辱” («Люди помнят о вежливости, когда в амбарах есть зерно; люди помнят о чести и бесчестии, когда есть достаток в еде и одежде»), «*Яо чань ваньгуань, буго ижи саньцань*» “腰缠万贯，不过一日三餐” («Даже самый богатый человек каждый день может есть только три раза»), «*Жэнь ши те фань ши ган*» “人是铁，饭是钢” («Без еды не будет силы» (букв. «Люди являются железными, еда – стальной»)), «*Лю дошао хань, чи дошао фань*» “流多少汗，吃多少饭” («Сколько пота пролил, столько еды и съешь»), «*У яо жэнь чэн, жэнь яо фань чэн*» “屋要人撑，人要饭撑” («Дом поддерживается человеком, а человек поддерживается едой»), «*Нин чуань шитянь по, бу ай итянь э*» “宁穿十天破，不挨一天饿” («Лучше десять дней одевать лохмотья, чем один день голодать»). Мудрость, которая передается пословицами о еде, до сих пор является актуальной. Именно об этом говорил российский специалист по теории кулинарии В. В. Похлёбкин: «Еда, если смотреть на нее серьезно, исторически, одно из главных условий существования человека, может быть, самое главное» [2, С.4].

3. Пословицы-советы в пользу питательной и качественной еды: «*Нин чи сянь тао и коу, бучи лань син икуан*» “宁吃仙桃一口，不吃烂杏一筐” («Лучше укусить персик бессмертия, чем съесть целую корзину испортившихся абрикосов»), «*Идунь чишан, шидунь хэтан*» “一顿吃伤，十顿喝汤” («Если один раз объесться, то потом будешь десять раз пить только бульон»), «*Нинкэ голи фанхуай, букэ дули инсай*» “宁可锅里放坏，不可肚里硬塞” («Даже если еда испортится в кастрюле, это лучше, чем впихнуть испортившуюся еду в живот»), «*Иньши яо взйшэн, ижэ эсянь санъаньцзин*» “饮食要卫生，一热二鲜三干净” («Еда должна быть гигиеничной: во-первых, горячей, во-вторых, свежей, в-третьих, чистой»), «*Бухэ гзеча, бухэ голян цзю*» “不喝隔夜茶，不喝过量酒” («Не пей чай, простоявший всю ночь; не пей водки больше, чем можешь»), «*Дочи бужу сицзю*» “多吃不如细嚼” («Лучше тщательно прожевать, чем много съесть»). Эта особенность отражает еще одну важную черту китайской кухни: в ней практически все блюда разделены на сравнительно небольшие кусочки и нет блюд, где люди едят целые куски мяса, как в некоторых блюдах европейской кухни. Одновременно эта особенность является одной из причин использования во время еды палочек, так как ими удобнее брать еду, разделённую на маленькие кусочки. Как говорил Конфуций, «*ши бу янь цзин, куай бу янь си*» “食不厌精，脍不厌细” («еду толочь чем тщательней, тем лучше; мясо резать чем тоньше, тем лучше») [10, С.164].

4. Пословицы, представляющие собой объём знания о мире (в переносном смысле передающийся за счёт разных видов метафор): «*Синьцзи чи буляо жэ доуфу*» “心急吃不了热豆腐” «Поспешишь – людей насмешишь» (букв. «Нетерпеливый человек не сможет съесть горячий тофу»), «*Шэнми чжучэн шуфань*» “生米煮成熟饭” «оказаться перед

совершившимся фактом» (букв. «из сырого риса уже сварена каша»), «*Чицзян ши лаодэ ла*» “吃姜是老的辣” «Пожилые люди имеют много опыта» (букв. «Всё же старый имбирь острее»), «*Чи юй сянь на тоу*» “吃鱼先拿头” «Чтобы решить проблему, надо схватить ее суть» (букв. «Когда ешь рыбу, надо сначала есть голову»), «*Чи шаобин мэю будяо чжимали дэ*» “吃烧饼没有不掉芝麻粒儿的” «Когда занимаешься делом, мелких потерь невозможно избежать» (букв. «Если ешь кунжуттовую лепешку, невозможно не уронить ни кунжутинки»), «*Цуньжэнь бучи ганьлань*» “村人不吃橄榄” «Грубые люди не могут понять очарование красивых вещей» (букв. «Люди из деревни не едят оливки»). Эти пословицы характеризуются конкретно-наглядной образностью, возникающей благодаря точному указанию на предмет питания, поскольку китайцы любят многое ассоциировать с конкретными продуктами питания, и это ещё раз подтверждает любовь китайцев к еде.

Как известно, «фразеология — это раздел науки о языке, изучающий устойчивые обороты речи» [1, С. 9]. Поскольку устойчивые обороты встречаются во всех стилях речи, то тематика фразеологии относится к самым различным аспектам жизни и культуры народа: особенностям мировоззрения, нормативному аппарату и мн. др. Описанные нами китайские пословицы и фразеологизмы относятся к познаниям в сфере питания, в частности, они непосредственно отражают проблему важности питания, имевшую место на протяжении всей китайской истории, а также роль питания в системе традиционной китайской медицины. При этом, как было показано, фразеологические единицы, тематически касающиеся питания и пищи, затрагивают также и другие аспекты жизни носителей китайского языка: политику, государственное управление, жизнедеятельность общества и даже философию. Следовательно, в своей совокупности они образуют важную составную часть китайской языковой картины мира.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Войцехович И. В. Практическая фразеология современного китайского языка / И. В. Войцехович. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 509 с.
2. Похлёбкин В. В. Тайны хорошей кухни / В. В. Похлёбкин. – 3-е изд. – М.: Молодая гвардия, 1985. – 192 с.
3. Сыма Цянь. Исторические записки: Ши цзи. [В 9 т.]. Т. 8 / Пер. с кит. Р. В. Вяткина и А. М. Карапетьянца, коммент. Р. В. Вяткина, А. Р. Вяткина и А. М. Карапетьянца, вступ. ст. Р. В. Вяткина. М.: Восточная литература, 2002. – 510 с. – (Памятники письменности Востока: Оsn. в 1965 г.; XXXII, 8).
4. 黑龙江大学俄语语言文学研究中心辞书研究所. 大俄汉词典. 北京: 商务印书馆, 2001: 2857.
5. 马国凡. 谚语集锦. 呼和浩特: 内蒙古人民出版社, 2001: 393.
6. 温端政. 中国谚语大辞典. 上海: 上海辞书出版社, 2011: 638.
7. 姚铁军, 姜心. 谚语词典. 上海: 上海大学出版社, 2006: 591.
8. 叶芳来. 俄汉谚语俗语词典. 北京: 商务印书馆, 2005: 375.
9. 袁文良. 闲话中国的吃文化. 烹调知识, 2020(8): 205–209.
10. 张释之. 国学经典藏书: 论语. – 长春: 吉林大学出版社, 2021: 402.
11. 周静琪. 汉语谚语词典. 北京: 商务印书馆, 2006: 1699.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Vojtechovich I. V. Prakticheskaja frazeologija sovremennogo kitajskogo jazyka [Practical phraseology of modern chinese language] / I. V. Vojtechovich. – М.: AST: East-West, 2007. – 509 p. [in Russian]
2. Pohljobkin V. V. Tajny horoshej kuhni [Secrets of good cuisine] / V. V. Pohljobkin. – М.: Young guard, 1985. – 192 p. [in Russian]
3. Syma Cjan'. Istoricheskie zapiski: Shi czi [Historical notes: Shi Ji]. [in 9 vols.]. Vol. 8 / Per. s kit. R. V. Vjatkina i A. M. Karapet'janca, komment. R. V. Vjatkina, A. R. Vjatkina i A. M. Karapet'janca, vstup. st. R. V. Vjatkina. М.: Oriental literature, 2002. – 510 p. – (Pamjatniki pis'mennosti Vostoka: Osn. v 1965 g.; XXXII, 8). [in Russian]
4. Heilongjiang daxue eyu yuyan wenxue yanjiu zhongxin cishu yanjiusuo. Da ehan cidian [Great Russian-Chinese Dictionary]. Beijing: The Commercial Press, 2001: 2857. [in Chinese]
5. Ma Guofan. Yanyu jijin [Proverbs Collection] / Ma Guofan. Huhehaote: Inner Mongolia People's Publishing House, 2001: 393. [in Chinese]
6. Wen Duanzheng. Zhongguo yanyu dacidian [Dictionary of Chinese Proverbs] / Wen Duanzheng. Shanghai: Shanghai Lexicographical Publishing House, 2011: 638. [in Chinese]
7. Yao Tiejun. Yanyu cidian [Dictionary of Proverbs] / Yao Tiejun, Jiang Xin. Shanghai: Shanghai University Press, 2006: 591. [in Chinese]
8. Ye Fanglai. Ehan yanyu suyu cidian [Dictionary of Russian and Chinese Proverbs and Sayings] / Ye Fanglai. Beijing: The Commercial Press, 2005: 375. [in Chinese]
9. Yuan Wenliang. Xianhua zhongguode chi wenhua [Gossip about China's eating culture] / Yuan Wenliang. Pengtiao zhishi [Cooking knowledge], 2020(8): 205–209. [in Chinese]
10. Zhang Shizhi. Guoxue jingdian cangshu: Lunyu [Collection of Chinese Classics: The Analects of Confucius] / Zhang Shizhi. – Changchun: Jilin University Press, 2021: 402. [in Chinese]
11. Zhou Jingqi. Hanyu yanyu cidian [Chinese Proverbs Dictionary] / Zhou Jingqi. Beijing: The Commercial Press, 2006: 1699. [in Chinese]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.122>**ПОЛИТИЧЕСКАЯ МИФОЛОГЕМА КАК СПОСОБ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА**

Научная статья

Курченкова Е.А.^{1,*}, Курченкова М.В.²¹ ORCID: 0000-0001-7708-9312;^{1,2} Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия

* Корреспондирующий автор (kurlena[at]volsu.ru)

Аннотация

Целью данной статьи является определение способов мифологической репрезентации образа государства, сформированного в СМИ в контексте актуальных политических событий. В процессе исследования было сформулировано понятие мифологизации, мифологемы; определено, какие формы репрезентации используются в зарубежных медиа; выявлены мифологемы, наиболее активно используемые в зарубежных СМИ. В статье рассматривается мифологема как эффективное средство манипулирования массовым сознанием. Мифологизация понимается как процесс, при помощи которого образуется политический миф, играющий большую роль в создании имиджа государства. Средства массовой информации активно внедряют инструменты мифологизации – мифологемы как способ репрезентации имиджа в медиа. Авторы рассматривают лингвистические механизмы, которые способствуют их реализации на языковом уровне. Мифологемы «сильной власти» и «образа врага» являются в этом плане наиболее явными и частотными. Данные мифологемы функционируют в анализируемых документальных фильмах и медиапроектах. Авторами выявлено, что данные мифологемы создают образ России в отрицательном контексте, однако признается сила, власть и фундаментальность этого государства и его политического лидера.

Ключевые слова: массовое сознание, СМИ, «образ врага», «сильная власть», политическая мифология, мифологема.

POLITICAL MYTHOLOGEME AS A WAY OF REPRESENTING THE IMAGE OF A STATE

Research article

Kurchenkova E.A.^{1,*}, Kurchenkova M.V.²¹ ORCID: 0000-0001-7708-9312;^{1,2} Volgograd State University, Volgograd, Russia

* Corresponding author (kurlena[at]volsu.ru)

Abstract

The purpose of this article is to determine the ways of mythological representation of the image of a state formed in the media in the context of current political events. The study formulates the concept of mythologization, mythologems; determines which forms of representation are used in foreign media; identifies the most actively used mythologems in foreign media. The article examines the mythologeme as an effective means of manipulating public consciousness. Mythologization is understood as a process by which a political myth is formed, which plays an important role in creating the image of the state. The mass media are actively introducing tools of mythologization, mythologems, as a way of representing the image in the media. The authors examine the linguistic mechanisms that contribute to their implementation at the language level. The mythologems of "strong power" and "the image of an enemy" are the most obvious and frequent in this regard. These mythologems function in the analyzed documentaries and media projects. The authors also determine that these mythologems create an image of Russia in a negative context, but they recognize the strength, power, and fundamental nature of this state and its political leader.

Keywords: public consciousness, mass media, "the image of an enemy", "strong power", political mythology, mythologeme.

Введение

В современном обществе мифологические компоненты используются в различных формах общественных отношений - идеологии, религии, пропаганде, рекламе, массовой культуре. Использование мифа в средствах массовой информации является эффективным методом манипуляции массовым сознанием и внедрением определенной информации [9, С. 23].

Единицей мифологического мышления является мифологема. Принято определять «клетку», элементарную единицу мифологического мышления - мифологему - несколькими способами, в зависимости от уровня ее рассмотрения.

Мифологема - это особый гносеологический образ, своеобразной характеристикой которого является объединение объективного и символического. Мифологема определяется как «сюжетно-мотивационная единица мифа, возникающая в результате эмоциональной рефлексии, оценочного осмысления устойчивых условных рефлексов и складывающихся социальных отношений» [1, С. 42].

Политическая мифологема, по определению Г.Г. Почепцова, это многократно проверенные схемы социальной интерпретации действительности [4, С. 48], которые работают в течение нескольких десятилетий, только обозначенные разными именами, нивелируя зависимость и преемственность этих схем. Политические мифологемы обладают огромным мотивационным и мобилизационным действием на общественное сознание и одновременно выражают массовое отношение к политике, «шуточное» или «нервное». Они выступают в роли «прикрывающих слов», аргументов «из вкуса публики» [2, С.48].

На протяжении многих веков мифологемы сталкиваются в «идеологических войнах». В этих войнах мифологемы укрепляются и закрепляются в массовом сознании. Культивирование мифологем в массах связано с феноменом внутренней нестабильности любого мирового сообщества. С помощью мифологем происходят различные процессы обновления, переход одного социального строя в другой.

Мифологема превращается в своего рода один из видов украшения, а также тесно связана с метафорическим переосмыслением. Однако она имеет свои особые характеристики в каждом отдельном обществе. Мифологема представляет собой фрагмент текста мифа без символических, ритуальных и действенных компонентов. Она весьма зависима от соответствующей культуры, в которой она создает социально значимые тексты, а также архетипы. Однако история, которую использует мифологема, не всегда связана с соответствующим мифом и таким образом отличается от метафоры [7, С. 69-70].

Необходимо отличать мифологему от идеологемы. Последняя проявляет зависимость не от культурной среды, а от какой-либо политической доктрины, в которую субъект может и не вникать глубоко. Вместе с тем, в отличие от мифологемы, использование идеологемы чаще всего происходит сознательно, составляя часть ритуала верности определенной группе, это подчеркивание политической ангажированности. Политический миф, использующий архаические образы, способен нести в себе вполне положительные свойства. Это, прежде всего, символическое, сюжетное оформление политики при отсутствии или недостаточности рациональных мотивов. Выбирая символы, мы выбираем группы.

Наверное, идеология вообще не может формироваться без участия мифологии. В состав идеологии входят не только доктрины и идеи, но и политические мифы. В этом случае коммуникативная функция реализуется, когда значение, необходимое властям, передается по специальным каналам, информация отбирается осмотнительно и в особой форме. Она специально разрабатывается, обладает гибкостью и даже проницательностью в направлении значительной и внушающей силы, объединяющей людей.

Политические мифологемы действуют на национальном уровне и внутри индивидуального сознания людей. Они также выполняют образовательную и воспитательную функции, на их основе моделируется общественная жизнь, а люди получают понятную информацию, факты, оценки, адресованные среднему, непредвзятому сознанию. Также они формируют целостность духовно-психологического аппарата людей, заставляя их не только понять, но и прочувствовать политическую историю.

Положительная функция мифологем заключается в определенном гедонизме, то есть наслаждении такими политическими мифологемами, которые усиливают «радость жизни». При помощи них передаются особые настроения, память исторических дел.

Их отрицательная когнитивная роль заключается в том, что внешний мир раскрывается с негативной стороны массового сознания. Появляются новые «открытия», ложное понимание политических режимов, новые настроения. Во время горбачевской перестройки возможность разоблачений привели людей к эмоциональным выводам, что в СССР не было социализма, а был феодализм, и даже рабовладельческое положение [2]. Таким образом, мифологемы активно служат посредниками между новыми возникающими знаниями и массовым сознанием.

Репрезентация имиджа России в зарубежных СМИ

Политическая философия демократии, общая гармония мира в контексте глобализации порождает серию мифологем с приходом новых понятий, метафор и аллегорий. Судьба России всегда сводится к смене мифологем, таких как: ускорение, пятилетки, 500 дней, национальная идея. На основании этого политическая мифологизация является единством сознательного и бессознательного, объективного и субъективного, рационального и эмоционального, значимого и формального. В сознании масс закрывается лучшее прошлое, героическое настоящее и открывается счастливое будущее, которое порождает широкую область ложного сознания [10].

Рассмотрим, например, мифологему «сильной власти». Эта мифологема выражает самоидентификацию для незлитных групп в наше время в российском обществе. Сильная власть всегда стремится одновременно к производству двух противоположных усилий - к локализации и централизации власти. Таким образом, происходит централизация региональной власти, что находит свое отражение в создании региональной политической мифологии.

Достаточная информация для массового сознания региона дает миф о «сильной государственности». Как и во всем мире, политический процесс в России развивается в контексте исторического. На каждом новом этапе политической жизни в целом государство воспроизводит потребность в новых мифологемах. По мере усложнения условий в политической жизни России круг подобных мифологем расширяется.

Некоторые современные западные страны поддерживают приверженность идеям свободы выражения в СМИ [8]. И им приходится освещать многие мировые политические события. В итоге массовая аудитория сталкивается с «образами врага» [3, С. 49], [5, С.90]. Мифология «образа врага», вне зависимости от конкретного имени или названия, является шаблоном и структурой с высокой узнаваемой ценностью. Его основная составляющая - противопоставление «наш» - «другой», друг или враг. Вторая важная составляющая образа врага - это способность производить информационный продукт, который может сослаться на опасную ситуацию в массовом сознании, когда «свой» находится на стороне «чужака». И третья составляющая - это необходимость решительных действий, вдохновленных этим шаблоном.

Мифический герой («друг») сталкивается со злыми мифическими антигероями («чужими, пришельцами»). Граница между «друзьями» и «чужими» проходит по двум основным направлениям: ценностные ориентации и культурное доминирование. В этих двух направлениях вполне возможно учитывать расовые и религиозные различия, но эти различия во внешней структуре мифологемы скорее не явны.

Анализ публикаций в западной прессе (The Gardian, Daly Mirror, The New York Times, The Global Post) за последние годы позволяет выявить важнейшие компоненты культурных ценностей, ответственных за формирование «образа врага» в умах западной аудитории, будь то образы государств Ирак, Ливия, Сирия или Россия. Политический

миф об «образе врага» в сознании массового адресата сегодня одновременно содержит две культурные ценности, которые необходимо защищать. Во-первых, это ценность демократии как некоего государственного устройства, а во-вторых, это гуманистические ценности, которые важны для жизни человека на общечеловеческом уровне [3].

В своей работе мы рассмотрели несколько документальных фильмов с различными формами использования в них мифологем «образа врага», а также о «сильной силе» в формировании образа России. Одним из них стал фильм «Operation Infektion: How Russia Perfected the Art of War» (Операция «Инфекция»: как Россия усовершенствовала искусство войны) который подготовила команда издания The New York Times. Работа была опубликована на YouTube канале газеты и вошла в рубрику NYT Opinion.

В своем фильме издание утверждает, что вмешательство России в выборы в США - не обман. Это кульминация многолетней кампании Москвы по разгрому Запада. «Операция Инфекция», по мнению авторов, раскрывает способы, благодаря которым одна из центральных тактик России - распространение лжи об Америке - продолжается сегодня. Журналисты The New York Times рассматривают громкие американские скандалы от Пиццагейта до заговоров Джорджа Сороса. Зрителей знакомят с «бывшими шпионами КГБ», которые изобрели этот «вирус», и «американскими отрядами правды», которые пытались и все еще пытаются бороться с ним. Под «вирусом» авторы понимают явление fake news, которое, по их мнению, было искусственно создано российским правительством в целях мирового обмана. Центральной фигурой расследования становится президент Российской Федерации Владимир Путин. Газета пишет: «Во время величайшего триумфа Владимира Путина американцы без малейшего намека на уговоры используют российский сценарий игры друг против друга» [12]. Эта цитата связана с одним из ключевых моментов фильма, где интервьюируемые говорят о том, что технология управления массами при помощи fake news была создана в период СССР непосредственно самим Владимиром Путиным, который в тот момент служил в КГБ. С тех пор, по мнению авторов, эта технология активно внедряется в других странах и используется в интересах политических элит. Отдельной темой раскрывается вмешательство России в выборы в США в 2016 году. Главным образом авторами фильма рассматривается скандал с Пиццагейт. «Пиццагейт» (англ. Pizzagate) — теория заговора, согласно которой влиятельные сторонники Хиллари Клинтон связаны с тайной организацией.

Сторонники теории выстраивали свои предположения на основе «подозрительных» совпадений, фотографий в Instagram и других косвенных признаков. Однако все публикации, связанные с причастностью Хиллари Клинтон, позже были признаны фейком. Авторы из The New York Times в своем фильме высказывают уверенность в том, что данные ложные новости были распространены по приказу российского правительства в сговоре с победившим тогда на выборах Дональдом Трампом.

Тему фейковых новостей также освещает документальный фильм Netflix «The social dilemma» («Социальная дилемма»), рассказывающий о пагубном влиянии социальных сетей на жизнедеятельность человека. В данном фильме анализируются алгоритмы социальных сетей, которые позволяют управлять людьми. Авторы этого фильма также приводят в пример скандал с «Пиццагейт», заявляя, что массовая атака со стороны групп теорий заговора – это ответственность российских хакеров и Facebook, который не проконтролировал это. В кинодокументальном произведении приводится в пример история, когда мужчина взял пистолет и пошел освобождать детей, запертых в подвале [113].

Авторы фильма также обвиняют Россию и Китай в распространении теорий заговоров о коронавирусе в социальных сетях. По мнению создателей произведения, Россия распространила ложную информацию и создала ситуацию, при которой весь мир утратил доверие к правительству США и обвинил Белый дом в изготовлении вируса. Кроме того, Россия обвиняется во вмешательстве в выборы США, однако упоминается, что она не взламывала Facebook, а лишь использовала инструменты, которые предложила социальная сеть. Данную ситуацию приглашенный эксперт называет «дистанционной войной», где одна сторона пытается подавить другую.

В документальном фильме от НВО «After Truth: Disinformation and the Cost of Fake News» (После правды: Дезинформация и цена фейк ньюс) (Документальный фильм о теориях заговора) создается аналогичный образ России. Приглашенные респонденты рассказывают о том, что Россия ведет дезинформационные атаки на США на примере конфликта из-за военных учений «Нефритовый шлем» в Техасе. «Русские боты, русские тролли, объединенные с правыми СМИ, США убедили часть населения Техаса, что это была попытка администрации Обамы уничтожить политических соперников», - говорится в фильме [101].

Также рассматривается случай убийства Сета Рича. В фильме рассказывается о том, что за взломом Национального комитета демократической партии стояли русские. Интересен тот факт, что альтернативной точки зрения не представлено. Также русские, по мнению интервьюируемых в фильме, использовали инструменты Facebook для того, чтобы посеять разлад в американской нации. «Владимир Путин каждое утро просыпается с улыбкой от того, что он сделал с нами», - говорит одна из респондентов. «Операция Алабама», связанная с выигрышем демократов на сенатских выборах также была отождествлена с русскими технологиями внедрения.

Заключение

Таким образом, политическая мифология представляет собой огромный пласт культуры и отвечает ожиданиям общественного сознания, которое постоянно транслируется западным обществом с преувеличенным понятием исключительности и подчеркивает его право решать судьбы разных стран и народов. Мифологемы являются активными участниками создания политических мифов в СМИ и часто используются журналистами для создания соответствующего контента.

Во всех трех фильмах мы можем явно наблюдать применение мифологем «сильной власти» и «образа врага». Россия в образе врага предстает как держава, которая способна вмешаться в выборы другого государства, повлиять на массовое сознание других наций.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Шульга Н. В. Мифологемы в структуре политической идеологии / Н. В. Шульга // Омский научный вестник. – №2 (31). – 2005. – С. 42-45.
2. Поздняков Н. К. Политические мифологемы как связи с общественностью / Н. К. Поздняков, Д. В. Ковалев // Вестник Омского университета. – № 3. – 2005. – С. 47–50.
3. Кузьминская С. И. «Образ врага» в современной политической мифологии / С. И. Кузьминская // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – № 3. – 2016. – С. 49-52.
4. Почепцов Г. Г. Теория и практика информационных войн / Г. Г. Почепцов. — Ровно, 1999. – 234 с.
5. Пивоев В. М. Мифологическое сознание как способ освоения мира / Пивоев В. М. Монография. – Москва: Direct Media, 2013. – 154 с.
6. Торгашов В. И. Формирование американскими СМИ негативного отношения к идее строительства «Стены Трампа» / В. И. Торгашов // Коммуникативные аспекты современной лингвистики и лингводидактики: Материалы Международной научной конференции. – Волгоград: Издательство ВолГУ, 2019. – С. 141-145.
7. Кольев А. Н. Политическая мифология / А. Н. Кольев. – Политическая мифология. – Москва: Логос, 2003. – 384 с.
8. Курченкова М. В. Проблема освещения политических событий в зарубежных СМИ / М. В. Курченкова // Поколение будущего. Сборник статей Международной студенческой научной конференции. Волгоград, Изд-во ВолГУ, 2018. С. 14-18.
9. Курченкова Е. А. Манипулятивная специфика рекламной коммуникации / Е. А. Курченкова // Язык. Культура. Коммуникация: Материалы 2-й международной научной конференции. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2010. – С. 23-29.
10. Черепанова, Д. А. Особенности процесса формирования политического имиджа России в зарубежных СМИ / Д. А. Черепанова // Среднерусский вестник общественных наук. – №12 (4). – 2017. – С.76-82.
11. "After Truth: Disinformation and the Cost of Fake News". [Electronic resource] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GFTOAjypbqA&t=3s> (accessed: 9.06.2021)
12. Operation InfeKtion: How Russia Perfected the Art of War | NYT Opinion // The New York Times. [Electronic resource] URL: https://www.youtube.com/watch?v=tR_6dibpDfo (accessed: 8.06.2021)
13. "The social dilemma". [Electronic resource] URL: <https://hd.zetflixs.online/films/socialnaja-dilemma/> (accessed: 07.06.2021)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Shulga N. V. Mifologemy v strukture politicheskoy ideologii [Mythologemes in the structure of political ideology] / N. V. Shulga // Omskij nauchnyj vestnik [Omsk Scientific Bulletin]. – №2 (31). – 2005. – P. 42-45. [in Russian]
2. Pozdnyakov N. K. Politicheskie mifologemy kak svyazi s obshchestvenostyu [Political mythologemes as public relations] / N. K. Pozdnyakov, D. V. Kovalev // Vestnik Omskogo universiteta [Omsk University Bulletin]. – № 3. – 2005. – P. 47–50. [in Russian]
3. Kuzminskaya S. I. «Obraz vraga» v sovremennoj politicheskoy mifologii ["The image of the enemy" in modern political mythology] / S. I. Kuzminskaya // Vestnik VGU. Seriya: Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikaciya [Voronezh State University Bulletin. Series: Linguistics and Intercultural Communication]. – № 3. – 2016. – P. 48-52. [in Russian]
4. Pocheptsov G. G. Teoriya i praktika informacionnyh vojn [Theory and practice of information warfare] / G. G. Pocheptsov. — Rovno, 1999. – 234 p.
5. Pivoev V. M. Mifologicheskoe soznanie kak sposob osvoeniya mira [Mythological consciousness as a way of mastering the world] / Pivoev V. M. Monograph. – Moscow: Direct Media, 2013. – 154 p. [in Russian]
6. Torgashov V. I. Formirovanie amerikanskimi SMI negativnogo otnosheniya k idее stroitelstva «Steny Trampa» [Formation by the American media of a negative attitude towards the idea of building the "Trump Wall"] / V. I. Torgashov // Kommunikativnye aspekty sovremennoj lingvistiki i lingvodidaktiki: materialy Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii [Communicative aspects of modern linguistics and linguodidactics: Proceedings of the International scientific conference]. – Volgograd: VolGU Publishing house, 2019. – P. 141-145. [in Russian]
7. Koljev A. N. Politicheskaya mifologiya [Political mythology] / A. N. Koljev. – M: Logos, 2003. – 384 p. [in Russian]
8. Kurchenkova M.V. Problema osveshcheniya politicheskikh sobytij v zarubezhnyh SMI [The problem of covering political events in foreign media] / M. V. Kurchenkova // Pokolenie budushchego. sbornik statej Mezhdunarodnoj studencheskoj nauchnoj konferencii [Generation of the future. Collection of articles of the International Student Scientific Conference]. – Volgograd: VolGU Publishing house, 2018. – P. 14-18. [in Russian]
9. Kurchenkova E.A. Manipulyativnaya specifika reklamnoj kommunikacii [Manipulative specificity of advertising communication] / E. A. Kurchenkova // Yazyk. Kultura. Kommunikaciya [Language. Culture. Communication]. – Volgograd : VolGU Publishing house, 2010. – P.23-35 [in Russian]
10. Cherapanova, D. A. Osobennosti processa formirovaniya politicheskogo imidzha Rossii v zarubezhnyh SMI [Features of the process of forming the political image of Russia in foreign media] / D. A. Cherapanova //Central Russian Bulletin of Public Sciences. – №12 (4). – 2017. – P.76-82 [in Russian]
11. "After Truth: Disinformation and the Cost of Fake News". [Electronic resource] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GFTOAjypbqA&t=3s> (accessed: 9.06.2021)
12. Operation InfeKtion: How Russia Perfected the Art of War | NYT Opinion // The New York Times. [Electronic resource] URL: https://www.youtube.com/watch?v=tR_6dibpDfo (accessed: 8.06.2021)
13. "The social dilemma". [Electronic resource] URL: <https://hd.zetflixs.online/films/socialnaja-dilemma/> (accessed: 07.06.2021)

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.123>

**ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ В ТВОРЧЕСТВЕ С.Н. МАКАРОВОЙ-ГРИЦЕНКО
(НА ПРИМЕРЕ СБОРНИКА «УЮТНЫЙ ДВОРИК, ТИХОЕ ОКНО»)**

Научная статья

Лебединская В.Г.*

ORCID: 0000-0001-8815-0545,

Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия

* Корреспондирующий автор (lebedinskaya2012[at]rambler.ru)

Аннотация

В сборнике С.Н. Макаровой-Гриценко «Уютный дворик, тихое окно» рассказывается о многих женских судьбах. Это благодатная в литературе тема продолжает заинтересованный разговор о трудной судьбе русских женщин. Все героини автора трудолюбивы, умны. Это очень привлекательные образы. Каждая из них борется за свое счастье, за то, что считает правильным в жизни. Все героини склонны к рефлексии, их образы чрезвычайно приближены к реальности. В них мы можем узнать кого-то из своих родственников, знакомых или соседей.

В нашей статье анализируются женские образы из нескольких рассказов писателя, представляющие целую палитру жизни наших современниц.

Ключевые слова: женские образы, анализ, психологизм, драматизм, рефлексия, тема материнства.

**FEMALE IMAGE IN THE WORKS OF S. N. MAKAROVA-GRITSENKO
(BASED ON THE ANTHOLOGY "UYUTNY DVORIK, TIKHOE OKNO")**

Research article

Lebedinskaya V.G.*

ORCID: 0000-0001-8815-0545,

Kuban State University, Krasnodar, Russia

* Corresponding author (lebedinskaya2012[at]rambler.ru)

Abstract

S. N. Makarova-Gritsenko's anthology "Uyutny dvorik, tikhoe okno" (A Cozy Courtyard, A Quiet Window) tells about many women's destinies. This rich literary topic continues a compelling conversation about the difficult fate of Russian women. All the author's characters are hardworking and smart. These are very appealing characters, and each of them is fighting for their happiness, for what they think is right in life. All the heroines are prone to reflection, their characters are extremely close to reality. We can recognize our relatives, acquaintances or neighbors in them.

The article analyzes female characters from several stories of the writer, representing a whole palette of the life of our contemporaries.

Keywords: female characters, analysis, psychologism, drama, reflection, the theme of motherhood.

В русской литературе женским образам всегда уделялось особое внимание. Женскую красоту во все времена воспевали поэты, психологизм характеров и драматизм женских судеб раскрывали великие писатели. Вспомним произведения А.С. Пушкина, Ф.М. Достоевского, Л.Н. Толстого, А.П. Чехова и многих других поэтов и писателей. Безусловно, со временем, со сменой эпох и поколений этот образ претерпевает определенные изменения, обусловленные общественными трансформациями.

Объектом нашего исследования являются рассказы современного писателя Светланы Николаевны Макаровой-Гриценко из ее сборника «Уютный дворик, тихое окно» (2015 г.). Название сборника уже подразумевает, что будет разговор именно о женских судьбах. Действительно, перед нами размышления о радостях и печалях, о надеждах наших современниц. Автор пытается в своем повествовании дойти до глубинных смыслов нашей жизни, нашего бытия, до того, что является основой всего нашего существования. И это ей удастся.

Героини С.Н. Макаровой-Гриценко разные по своему образовательному уровню; живут как в городе, так и в деревне; женщины часто с не очень счастливой личной жизнью, с несбывшимися мечтами и различным отношением к жизни. Однако именно на таких женщинах держится основа всего нашего мироустройства, нашего настоящего и будущего.

Начнем анализ с образа Пелагеи Петровны из рассказа «На закате». Это один из самых проникновенных рассказов всего сборника, посвященный автором своей маме. В этом рассказе показана судьба простой русской женщины. В молодом возрасте она оказалась одна с четырьмя детьми в оккупированной фашистами деревне, потеряла на войне мужа, перенесла все тяготы обездоленной военной и послевоенной жизни.

Именно теперь, на закате жизни, Пелагея Петровна осмысливает все, вспоминает многое, особенно своего погибшего за Родину любимого мужа Василия. Очень трудно было поднимать детей без мужа, но любовь к нему помогала жить и расти детей, «сохранить» их, как говорит героиня. Когда нужно было уже пухлым от голода детям принести хоть какую-то еду, она на несколько дней ушла на ее поиски далеко от дома: «Бураки мерзлые, тяжелые. Я мешок набила, поначалу и тяжести не чувствую, а силы-то мало, ноги заплетаются. Я и растянулась плашмя, а мешок сверху. Нога сразу вспухла. А тут еще метель разыгралась. Два дня меня дома не было. Сердце изболелось, как они там?» [6, С. 12].

Жизнь Пелагеи Петровны была настолько тяжелой, что, вспоминая прошлое, у нее, по словам автора, «слезы щипали глаза»: «Эх, забыть бы все! – слезы щипали глаза Петровны. – Так отчего ж, как начну то время вспоминать, на душе теплота»; «Всем нужна была. Вот и счастье, – утиралась концом платка старуха. – И что ж получается?

Думала, как выдюжить, оказалось – то и счастье?!» [6, С. 13]. Именно эта теплота дает нашей героине силу, именно на этой душевной теплоте все держится, а перед ее глазами один и тот же вопрос: «Как не надорвались тогда? Как вытянули?» Помогало выжить и чувство единения с другими людьми, односельчанами: «Всю улицу, почитай, вдовы с детьми построили. От мужичьей работы во всем теле живого суставчика не было. Голова так и болталась, точно тыква» [6, С. 13].

Любимый муж погиб, дети выросли, уже нет тех невыносимых забот, но именно теперь Пелагея Петровна ощущает свою «ненужность» в этом мире. Вся оставшаяся работа на закате жизни – это вспоминать, осмысливать, сидя на лавочке, всю пролетевшую жизнь, смотреть, вытирая слезы, на небо, как бы общаясь со своим давно погибшим, но всегда живущим в ее сердце мужем. Печаль ее светла, как показавшаяся на небе звездочка. Как будто сам Василий в какой-то момент с неба пришел к ней.

Жизнь Алевтины из рассказа «Рыжая Алевтина» [8] сразу складывалась трудно: появление рыжей девочки в семье не все родственники встретили дружелюбно. Аля росла умной, любящей читать книги (со временем она стала библиотекарем), скромной, воспитанной, помогающей изо всех сил больной матери, ухаживающей за младшими детьми в семье. Она, старшая, с детства стала опорой в семье. Однако личная жизнь давно уже повзрослевшей героини не устраивалась.

Только когда мама выздоровела и все младшие дети выросли и были устроены в жизни, Алевтина поняла: «пора и ей становиться счастливой». Героиня пытается «как можно быстрее перекроить все на новый лад». Она кардинально меняет свою привычную жизнь, весь уклад жизни, внешность, но, конечно, остается прежней скромной, интеллигентной, все понимающей, не умеющей общаться с мужчинами девушкой. Поэтому ее не только удивляет, но и обижает визит вдовца, у которого двое маленьких детей, который срочно ищет себе жену, а детям – заботливую мать. У него нет времени на ухаживания, он был значительно старше Алевтины; у постоянно разрывающегося между работой и заботой о маленьких детях Юрия Максимовича просто не было времени на те ухаживания за женщиной, о которых Алевтина читала в книгах. Их знакомство началось не с влюбленности, а с непонимания. Общение складывалось не сразу.

Алевтина много думает о долгожданном материнском счастье. Именно в моменты таких раздумий Алевтины автор вводит в текст пословицы, поговорки: «Ребенок – как лучик из рая», «Женщина без ребенка – точно колос без зерна», «Без детей и счастья не нужно» и др. Испугалась количеству детей у «жениха» даже мать Алевтины, но главная героиня не боится: она давно мечтала подарить всю силу своей еще не истраченной материнской любви детям. И какой-то неведомый канадский жених Роман, хотя и уралец по происхождению, кажется настолько далеким и нереальным, а Юрий Максимович с двумя дочками, страдающими без материнского тепла, здесь, рядом.

Жизнь приготовила Алевтине серьезное испытание. Когда она вышла замуж за Юрия Максимовича и занималась воспитанием его детей, ставших уже и ее дочками, стало понятно, что собственных детей по состоянию здоровья у нее не будет. Алевтина своей широкой доброй душой приняла детей вдовца, и теперь они называли ее «мамой».

Тема поиска женского счастья за границей, модная после распада Советского Союза, поднимается в рассказе «Запах петунии», а сам цветок петунии со своим запахом становится олицетворением чужого, чуждого, неродного, неправильного, разрушительных перемен в жизни: «Петунии вообще там популярны, типичный английский цветок. Я, кстати, их тоже полюбила». Так говорит Людмила своей матери.

Вечный поиск лучшей, более обеспеченной жизни во все времена подталкивает людей к отъезду в другую страну. Так случилось и с семьей дочери Антонины Петровны Людмилы. Людмила и ее муж Виктор уехали на заработки в Великобританию, оставив маленького сына Ванюшу на попечение матери в родном городке. Но именно за границей дружная семья разрушилась, а приехавшие на короткое время к матери Людмила и Виктор стараются создать впечатление, что все по-прежнему, чтобы ее не расстраивать. Не сразу, но Антонина Петровна все понимает. Взрослые пытаются сделать вид, что ничего не изменилось, и только Ванюша очень счастлив, что все самые родные для него люди снова вместе.

Природа всегда сопутствует развитию сюжета и созвучна настроению героев С.Н. Макаровой-Гриценко. Здесь уместным представляется говорить о психологическом параллелизме, который часто можно встретить в прозе писателя [3]. Когда Антонина Петровна поняла, что семья Людмилы и Виктора разрушилась, в природе все вдруг изменилось: «Сухой ветер вровень с балконами качал макушки каштанов, безжалостно рвал развешенное на веревках белье. И шум листьев, и лохматые ветки деревьев, и кучи мусора внизу делали все вокруг расшатанным и непрочным, как будто вытащили стержень, на котором крепился порядок» [5, с. 58]. Действительно, семьи дочери больше нет. Складывается что-то новое, неизвестное, пугающее своей неизведанностью: Виктор надеется, что Людмила к нему еще вернется, когда он поднимет свой бизнес в Австралии, куда уже переехал из Великобритании; Людмила ждет предложения от нового кавалера – хозяина ателье в Лондоне, который, кажется, ее полюбил; сын Ванюша не подозревает никакой беды, он по-прежнему счастлив рядом с родителями; Антонине Петровне остается только переживать и надеяться, что внука родители оставят жить с ней. Ванюше скоро в школу, и жизни без него она не представляет.

Когда Ванюша пошел в первый класс, по дороге он потянулся к клумбе с петуниями, любимыми цветами мамы, но Антонина Петровна испуганно схватила его за руку, объяснила, что пахнут они только в Англии и после дождя. Так говорила мама.

Запах петунии – это символ, знак, который манит за лучшей жизнью, но способен разрушить все хорошее. Конечно, Антонина Петровна – главная героиня рассказа. Именно она борется за сохранение связующих семейных нитей.

Особое место в своих рассказах С.Н. Макарова-Гриценко отводит теме материнства. Эта тема присутствует в каждом рассказе, иногда как бы даже теряясь среди других тем, но читатель понимает, что она одна из самых главных в каждом рассказе.

В рассказе «В светлую седмицу», на первый взгляд, речь идет о смысле жизни целой семьи, большой и трудолюбивой, о тяжелых поисках женского счастья. Но в жизни семьи случилось невероятное: тетка Галя, которая уже имела внуков, выйдя замуж за дядю Тимофея, вдруг забеременела. Поразительно поведение окружающих, «доброхотов», родственников и односельчан, которые советовали ей избавиться от неродившегося ребенка, объясняя это возрастом и наличием внуков. Удивительно, что хорошие, трудолюбивые люди вместо того чтобы радоваться появлению в будущем новой жизни в один голос настаивали на аборте.

Женщина родила мальчика, а потом долгие годы ухаживала, возила по врачам, пыталась выучить, дать профессию, социализировать больного ребенка. Мальчик вырос очень хозяйственным, а также талантливым мастером по ремонту автомобилей. Семен с диагнозом «олигофрения» смог сам водить машину, зарабатывать, а теперь еще собирался жениться.

И теперь, когда все родственники собрались на кладбище у могил предков, становится ясно: «А ведь она попадет в рай, - я будто услышала свои собственные мысли, глядя в бесхитрое лицо тетки Гали, - она в рай попадет!.. И будто не я догадалась об этом, а открылось мне! Услышалось, и так просто, ярко, понятно, что даже оглянуться захотелось, может, кто рядом в ухо шепчет? Она... тетка Галя... в рай» [4, С. 77].

Необыкновенно трудной была жизнь тетки Гали: тяжелая сельская работа, смерть двоих мужей, заботы о внуках, жизнь с пьющим дядей Тимофеем, рождение больного ребенка и постоянные заботы о нем. Но ведь она его не только родила, но и поставила на ноги. Только теперь родственники поняли, что тетка Галя – счастливая женщина. И именно такие попадают в рай.

Тетка Галя – умная, умудренная жизненным опытом женщина, а в рассказе «Настин медведь» перед нами совсем молодая и несмышленная двадцатилетняя девушка Настя, недавно вышедшая замуж и ждущая от жизни только праздника. Неожиданная беременность не может помешать этому ожиданию праздника, учебе в колледже. А ребенок – пусть будет потом, когда-то, не сейчас. Настя все решила сама: мужу не надо говорить о том, что завтра она избавится от их неродившегося ребенка. Она по-детски считает, что это и есть «взрослое решение вопроса», как все было понятно о кукле Барби, с которой она любила играть в детстве.

Муж Костя, тоже молодой человек, оказался мудрее жены: он убедил ее оставить жизнь их первенцу. Нужный человек оказался рядом и вовремя поддержал молодую девушку, которая не понимала, на что хочет пойти. Наоборот, в рассказе «Уютный дворик, тихое окно...» автор описывает несколько женских судеб, ожидающих рождения своих малышей в больнице и каждый час, каждую секунду борющихся за жизнь своих неродившихся детей в отделении патологии.

В рассказе «Телефонный звонок» Игорь Иванович, кажется, уже устал выполнять капризы своей прикованной к инвалидному креслу жены. Конечно, он понимает, что поведение жены – следствие горестного ощущения ею своей «ненужности». Позади у них была счастливая совместная жизнь, воспитание сына, интересная работа. А в настоящем он уже устал от вечно ноющей жены и непонимания того, как ей помочь, успокоить, а также перспектив бессмысленности их будущего.

На пешеходном переходе Игоря Ивановича сбивает машина. Жена позвонила ему, и он задержался на полшага, иначе машина сбивала бы его насмерть. Это происшествие поменяло многое в его жизни, изменило отношение к большой жене: «Это они даны нам для спасения! Они – для спасения... И если б не Олин звонок, если б на мгновение позже она набрала мой номер... как же почувствовала? Как успела? Доля секунды – и я бы уже никогда никому на этом свете не смог ничего ответить... Вот уж воистину неисповедимы пути твои!..» [9, С. 132]. Игорь Иванович понял, что прикованная к инвалидному креслу жена дана ему свыше как Ангел-хранитель.

В рассказах С.Н. Макаровой-Гриценко перед читателем предстают разные женские судьбы. Это и молодые несмышленные девушки, и умудренные жизненным опытом женщины, и совсем пожилые, живущие воспоминаниями, уже прожившие долгую и часто очень трудную жизнь. Удивительно, что все эти женщины счастливы: они счастливы даже в своих страданиях или в поисках личного счастья, а самое страшное для них – ощущение ненужности в мире, родственникам или чужим людям. Именно нужность человека делает его жизнь осмысленной.

Героини С.Н. Макаровой-Гриценко мечтают о любви, любят, хотят быть любимыми. Это реальные женщины, наши родственники, наши соседи. Это отличительная особенность прозы писателя. Ее герои максимально приближены к жизни, легко узнаваемы. Именно на них держится мир, вся наша жизнь, весь ее смысл.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Абдуллина А.Ш. Женские образы в прозе Л.Улицкой / А.Ш. Абдуллина, Е.Э. Латыпова // Вестник Челябинского гос. ун-та. - 2017. - № 3. - С. 7-14.
2. Колядич Т.М. Русская проза XXI века в критике: рефлексия, оценки, методика описания / Т.М. Колядич. - М., 2010. - 430 с.
3. Лебединская В.Г. Роль художественной детали в прозе С.Н. Макаровой-Гриценко (на примере повести «В года глухие») / В.Г. Лебединская // Международный научно-исследовательский журнал. - 2020. - № 12. - С. 145-147.
4. Макарова-Гриценко С.Н. В светлую седмицу / С.Н. Макарова-Гриценко // Макарова-Гриценко С.Н. Уютный дворик, тихое окно. - Краснодар: ООО «Книга», 2015. - С. 68-78.
5. Макарова-Гриценко С.Н. Запах петунии / С.Н. Макарова-Гриценко // Макарова-Гриценко С.Н. Уютный дворик, тихое окно. - Краснодар: ООО «Книга», 2015. - С. 52-68.
6. Макарова-Гриценко С.Н. На закате / С.Н. Макарова-Гриценко // Макарова-Гриценко С.Н. Уютный дворик, тихое окно. - Краснодар: ООО «Книга», 2015. - С. 6-15.

7. Макарова-Гриценко С.Н. Настин медведь / С.Н. Макарова-Гриценко // Макарова-Гриценко С.Н. Уютный дворик, тихое окно. – Краснодар: ООО «Книга», 2015. – С. 104-122.
8. Макарова-Гриценко С.Н. Рыжая Алевтина / С.Н. Макарова-Гриценко // Макарова-Гриценко С.Н. Уютный дворик, тихое окно. – Краснодар: ООО «Книга», 2015. – С. 30-52.
9. Макарова-Гриценко С.Н. Телефонный звонок / С.Н. Макарова-Гриценко // Макарова-Гриценко С.Н. Уютный дворик, тихое окно. – Краснодар: ООО «Книга», 2015. – С. 122-134.
10. Немец Г.Н. Автор и читатель в эссеизированном биографическом очерке: стратегии понимания и интерпретации / Г.Н. Немец // Вестник АГУ. – 2019. – Вып. 3. – С.133-140.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Abdullina A. Sh. Zhenskie obrazy v proze L.Ulickoj [Female characters in the prose of L. Ulitskaya] / A. Sh. Abdullina, E. E. Latypova // Vestnik Cheljabinskogo gos. un-ta [Bulletin of the Chelyabinsk State University]. - 2017. - No. 3. - pp. 7-14 [in Russian]
2. Kolyadich T. M. Russkaja proza KhKhI veka v kritike: refleksija, ocenki, metodika opisanija [Russian prose of the 21st century in criticism: reflection, assessments, methods of description] / T. M. Kolyadich – M., 2010 – 430 p. [in Russian]
3. Lebedinskaya V. G. Rol' khudozhestvennoj detali v proze S.N. Makarovojj-Gricenko (na primere povesti «V goda glukhie») [The role of artistic detail in the prose of S. N. Makarova-Gritsenko (on the example of the story "In the year of the deaf")] / V. G. Lebedinskaya // Mezhdunarodnyjj nauchno-issledovatel'skij zhurnal [International Research Journal]. - 2020. - No. 12. - pp. 145-147 [in Russian]
4. Makarova-Gritsenko S. N. V svetluj sedmicu [In a bright week] / S. N. Makarova-Gritsenko // Ujutnyjj dvorik, tikhoe okno [A Cozy Courtyard, A Quiet Window]. - Krasnodar: ООО "Kniga", 2015. - pp. 68-78 [in Russian]
5. Makarova-Gritsenko S. N. Zapakh petun'i [The smell of petunia] / S. N. Makarova-Gritsenko // Ujutnyjj dvorik, tikhoe okno [A Cozy Courtyard, A Quiet Window]. - Krasnodar: ООО "Kniga", 2015. - pp. 52-68 [in Russian]
6. Makarova-Gritsenko S. N. Na zakate [At Sunset] / S. N. Makarova-Gritsenko // Makarova-Gritsenko S. N. Ujutnyjj dvorik, tikhoe okno [A Cozy Courtyard, A Quiet Window]. - Krasnodar: ООО "Kniga", 2015. - pp. 6-15 [in Russian]
7. Makarova-Gritsenko S. N. Nastin medved [Nastya's Bear] / S. N. Makarova-Gritsenko // Makarova-Gritsenko S. N. Ujutnyjj dvorik, tikhoe okno [A Cozy Courtyard, A Quiet Window]. - Krasnodar: ООО "Kniga", 2015. - pp. 104-122 [in Russian]
8. Makarova-Gritsenko S. N. Ryzhaya Alevtina [Red Alevtina] / S. N. Makarova-Gritsenko // Makarova-Gritsenko S. N. Ujutnyjj dvorik, tikhoe okno [A Cozy Courtyard, A Quiet Window]. - Krasnodar: ООО "Kniga", 2015. - pp. 30-52 [in Russian]
9. Makarova-Gritsenko S. N. Telefonny zvonok [Telephone call] / S. N. Makarova-Gritsenko // Makarova-Gritsenko S. N. Ujutnyjj dvorik, tikhoe okno [A Cozy Courtyard, A Quiet Window]. - Krasnodar: ООО "Kniga", 2015. - p. 122-134 [in Russian]
10. Nemets G. N. Avtor i chitatel' v ehssseizirovannom biograficheskom ocherke: strategii ponimaniya i interpretacii [Author and reader in an essayized biographical essay: strategies of understanding and interpretation] / G. N. Nemets // Vestnik AGU [Bulletin of ASU]. - 2019. - Issue 3. - pp. 133-140 [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.124>

ОЦЕНОЧНЫЙ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТЫ ЯЗЫКОВОГО ЗНАКА

Научная статья

Моисеева А.В.*

Башкирский государственный университет, Уфа, Россия

* Корреспондирующий автор (mo_link[at]mail.ru)

Аннотация

В статье рассматривается проблема соотношения объективного и субъективного в языке посредством категорий оценочности и эмотивности, проявляющихся на уровне семантики языкового знака. Хотя традиционный подход к данному вопросу объединяет оценочность, эмотивность и экспрессивность в единый коннотативный блок семантики слова, указанные компоненты значения реализуют разную по своей сути информацию, что находит отражение в их распределении в структуре лексической единицы.

Оценочность, являясь результатом интерпретативной деятельности сознания, дает информацию о содержательных признаках объекта, тогда как эмотивность представлена в языке средствами, выражающими эмоциональное отношение говорящего, следовательно, оценку можно отнести к денотативному блоку (передающему содержательные свойства объекта речи), а эмотивность к коннотативному (отражающему дополнительную информацию об объекте).

Ключевые слова: оценочность, эмотивность, когнитивные процессы, рациональная оценка, коннотативный компонент значения.

EVALUATIVE AND EMOTIONAL COMPONENTS OF A LINGUISTIC SIGN

Research article

Moiseeva A.V.*

Bashkir State University, Ufa, Russia

* Corresponding author (mo_link[at]mail.ru)

Abstract

The article examines the problem of the relationship between the objective and the subjective in the language through the categories of evaluativeness and emotiveness, manifested at the level of semantics of a linguistic sign. Although the traditional approach to this issue combines evaluativeness, emotiveness and expressiveness into a single connotative block of word semantics, these components of meaning implement information that is different in nature, which is reflected in their distribution in the structure of the lexical unit.

Evaluation, being the result of the interpretative activity of consciousness, provides information about the meaningful features of the object, while emotivity is represented in the language by means that express the emotional attitude of the speaker, therefore, the assessment can be attributed to the denotative block (transmitting the substantive properties of the object of speech), and emotivity to the connotative (reflecting additional information about the object).

Keywords: evaluativeness, emotiveness, cognitive processes, rational assessment, connotative component of meaning.

Introduction

At the heart of most theories of language and reasoning, two directions are traditionally distinguished, conventionally designated as objectivist and subjectivist, depending on belonging to the external, i.e. the objective world or the inner world - lying in the field of individual human consciousness. In accordance with the first direction, a person's consciousness is determined by the external world, creating its image based on the data from the environment. According to the second, the inner world of a person is so different from the outer world that the outer world, in principle, is not cognizable, therefore, our idea of it is rigidly conditioned by metaphysical categories.

In philosophy and linguistics, the subjective and the objective are opposed as the emotional and the rational. This opposition is connected with the question of the primacy of the emotional or rational principles in the value judgment. This question is due to the point of view from which the nature of the definition of the external - the surrounding and internal - mental world of a person is considered. Equally important is the difference in understanding the relationship between the emotional and the rational in language from the point of view of considering the nature of emotions.

The division into cognitive (reasoning) and emotional (feelings) spheres is based on the European cultural tradition: the generalized image of a modern person is largely formed by a cardinal duality between spirit and body, mind and feeling. Feelings are often defined as elementary basic reactions that arise within a person, while reasoning is considered as a reflexive process that stands above feelings and contains conscious components.

It is generally accepted that emotions, if they affect any cognitive processes, have an extremely negative, chaotic effect [2, P. 215]. The process of cognition is described in principle as rational, and emotions are mostly attributed to irrationality.

Despite the fact that the significant influence of emotional factors on cognitive processes has been proven [10], the opinion continues to prevail that the cognition process should be understood as independent of emotional components, that language processing and cognitive processes are presented as autonomous and independent of feelings.

Nevertheless, emotions can be both the result of a cognitive process and a trigger of mental activity. The cognitive and emotional spheres are different areas, but this does not mean that they cannot intersect, be independent of each other, and also interact, revealing the same mechanisms for storing information in memory and governing the concentration.

The axiological activity of the individual, as well as the assessment as its result, are based on the interpretation of the event by consciousness, this is a mental process during which objects, their characteristics are compared with the attitudes and norms existing in the person's consciousness, representing a variant of the cognitive activity of the individual.

Domestic linguistics examines the relationship between the emotional and the rational from the emotivity theory point of view, and is reflected in the language through the connection between emotion and evaluation.

E.M. Wolf, having analyzed the use of emotive and mental predicates, notes that there are no clearly emotional predicates, since they all contain some degree of rational [2, P. 217-219]. In this regard G.V. Kolshansky suggests that the rational evaluative component is primary, and the emotional component is secondary, because language always presupposes a rational aspect [3].

Having conducted an in-depth study of the conceptualization of evaluation in fiction, I.A. Solodilova believes that the very problem statement of the rational and emotional components correlation in language is not entirely correct. On the one hand, the language opposes the categories of evaluativeness and emotionality / emotivity as ways of expressing, respectively, the evaluative or emotional attitude of a person to the object of expression, on the other hand, it is in the category of evaluativeness that the predominance of emotional or rational components is considered, thus, making the category of emotionality an integral part of the category of evaluativeness [6].

At the same time, distinguishing emotion as a person's reaction to the impact of the environment and assessment as a result of cognition of the surrounding world, we can assume that there is an assessment as such and an assessment as an emotional reaction of a person [4]. If we assume that a rational assessment is more common in a person's life than an emotion in its pure form, not burdened with evaluativeness, then we can speak of an emotional assessment, because emotions are based on the evaluative functioning of consciousness in terms of "good / bad".

A clear distinction between assessment and emotion is also hampered by their close relationship when expressed by linguistic means. According to some scholars, evaluativeness, in contrast to emotionality, has a connotative nature, others distinguish between evaluativeness, emotionality and expressiveness, while still others believe that emotionality and evaluation are merged together, forming a single emotional-evaluative component of meaning and there is no need to differentiate between them.

The place of the evaluative component in the structure of a linguistic sign is difficult to determine due to the ambiguity of understanding the status of the connotative macrocomponent within the framework of the theory of the lexical meaning of the word, as well as the status of the connotation itself. Some scholars define connotation as a component of the semantic structure of a word, while others define it as a stylistic phenomenon.

It should be noted that some researchers characterize connotative information as secondary, additional to the subject-logical element of meaning. Connotations are not part of the denotation and are not logically motivated. In the structure of the meaning, a descriptive-oriented block of information is distinguished as basic, in contrast to the rest of the elements of the meaning, designated as pragmatically oriented and united by the term "connotation". V.N. Telia subsumes to the connotative components of the content plan of linguistic units along with information related to the background associative knowledge of the speakers and stylistic indicators, information related to the rational-evaluative and emotional-evaluative attitude of the speaker to the designated object. The researcher at the same time emphasizes that the rational assessment belongs to the descriptive aspect of meaning (denotative component), and the emotional one is expressed in the connotative component [8].

While V.I. Shakhovsky emphasizes the equality of the connotative component in the semantic structure of a linguistic unit, since the processes of understanding and evaluation proceed simultaneously and it is impossible to talk about the object of evaluation without experiencing emotions [9, p. 175].

The reason why evaluative meaning is most often attributed to both denotative and connotative components is associated with the tendency to combine emotion and evaluation into a single entity, emotional evaluation, and opposing it to rational evaluation. I.A. Solodilova, studying evaluativeness and emotiveness as independent linguistic units, attribute evaluativeness to the denotative-significative sphere of the semantics of a linguistic sign, since it conveys data on the properties and characteristics of the designation object [5]. N.F. Alefirenko also relates evaluativeness to a denotative meaning, since the features presented in the semantics of the word by evaluative semes are inherent in the very subject of the nomination [1, P. 168].

As opposed to the evaluative one, the emotive component of meaning does not carry information about the subject of designation, but is exclusively associated with the expression of the speaker's emotional attitude, therefore, refers to connotation.

V.N. Telia divides the general emotional assessment into a proper emotional one - a direct expression of emotions (interjections, intonation markers) and an emotive one - generating a certain feeling-attitude through an image-stimulus [7].

Another component related to connotation is expressive component, which is referred not to the conceptual content of the sign, but to its formal expression, characterizing emotional speech.

Conclusion

Thus, despite the conventionality of the division in the lexical meaning of conceptual, evaluative and emotional content, evaluativeness, as a set of data about an object, is still more connected with the referential side of a linguistic sign, which is due to the connection between evaluation and the qualifying function of consciousness, while the emotive component more like about the emotional state of the speaker, without directly touching the essential features of the object of the nomination, and as such belongs to the connotative component.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Алефиренко Н.Ф. Спорные проблемы семантики: монография / Н.Ф. Алефиренко. – Москва: Гнозис, 2005. – 326 с.
2. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки / Е.М. Вольф. – Москва: КомКнига, 2006. – 280 с.
3. Колшанский Г.В. Соотношение субъективных и объективных факторов в языке / Г.В. Колшанский. – Москва: КомКнига, 2005. – 232 с.
4. Мирошников Ю. И. Ценностное сознание и его структура / Ю. И. Мирошников // Научный ежегодник Института философии и права. - Уральск, отд. РАН, 2003. - № 4. – С. 66-83.
5. Солодилова И.А. Оценка как вид когнитивной деятельности и компонент лексического значения/ Вестник ОГУ №11 (117) 2010. – Оренбург: ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет», 2010.- С. 86-89.
6. Солодилова И.А. Способы концептуализации оценки в немецком языке (на материале немецкоязычной художественной прозы): дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04: защищена 29.12.2014 / Солодилова Ирина Анатольевна. - Уфа, 2014.- 540 с.
7. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В.Н. Телия. – Москва: Наука, 1986. – 143 с.
8. Телия В.Н. О различии рациональной и эмотивной /эмоциональной оценки / В.Н. Телия // Функциональная семантика: Оценка, экспрессивность, модальность. In memoriam Е.М. Вольф. – Москва: Институт языкознания РАН, 1996. – с. 31 – 38.
9. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В.И. Шаховский. – Воронеж: Воронежск. ун-т, 1987. – 208 с.
10. Шаховский В.И. Обоснование лингвистической теории эмоций / В.И. Шаховский // Вопросы психолингвистики №1 (39) 2019. – М.: Институт языкознания РАН, 2019. - С.20-37.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Alefirenko N.F. Spornye problemy semantiki [Controversial problems of semantics]: monografiya / N.F. Alefirenko. – Moskva: Gnozis, 2005. – 326 p. [in Russian]
2. Vol'f E.M. Funkcional'naja semantika ocenki [Functional semantics of assessment]/ E.M. Vol'f. – Moscow: KomKniga, 2006. – 280 p. [in Russian]
3. Kolshanskij G.V. Sootnoshenie sub'ektivnyh i ob'ektivnyh faktorov v jazyke [The correlation of subjective and objective factors in the language] / G.V. Kolshanskij. – Moscow: KomKniga, 2005. – 232 p. [in Russian]
4. Miroshnikov Ju. I. Cennostnoe soznanie i ego struktura [Value consciousness and its structure]/ Ju. I. Miroshnikov // Nauchnyj ezhegodnik Instituta filosofii i prava [Scientific yearbook of the Institute of Philosophy and Law]. - Ural'sk, otd. RAN, 2003. - № 4. – P.66-83. [in Russian]
5. Solodilova I.A. Ocenka kak vid kognitivnoj dejatel'nosti i komponent leksicheskogo znachenija [Assessment as the type of cognitive activity and the component of lexical meaning] / I.A. Solodilova // Vestnik OGU [Bulletin of Orenburg State University] №11 (117) 2010. – Orenburg: FGBOU VO «Orenburgskij gosudarstvennyj universitet», 2010.- P. 86-89. [in Russian]
6. Solodilova I.A. Sposoby konceptualizacii ocenki v nemeckom jazyke (na materiale nemeckojazychnoj hudozhestvennoj prozy) [Ways of assessment conceptualization in the German language (based on the material of German-language fiction)]: dis. ... of DSc in Philology: 10.02.04: defense of the thesis 29.12.2014 / Solodilova Irina Anatol'evna. - Ufa, 2014. - 540 p. [in Russian]
7. Telija V.N. Konnotativnyj aspekt semantiki nominativnyh edinic [The connotative aspect of the nominative units semantics] / V.N. Telija. – Moscow: Nauka, 1986. – 143 p. [in Russian]
8. Telija V.N. O razlichii racional'noj i jemotivnoj /jemocional'noj ocenki [On the difference between rational and emotive / emotional assessment]/ V.N. Telija // Funkcional'naja semantika: Ocenka, jekspressivnost', modal'nost'. In memoriam E.M. Vol'f [Functional semantics: Assessment, expressiveness, modality. In memoriam E.M. Wolf]. – Moscow: Institut jazykoznanija RAN, 1996. – P. 31 – 38. [in Russian]
9. Shahovskij V.I. Kategorizacija jemocij v leksiko-semanticheskoj sisteme jazyka [Categorization of emotions in the lexical-semantic system of the language]/ V.I. Shahovskij. – Voronezh: Voronezhsk. Un., 1987. – 208 p. [in Russian]
10. Shahovskij V.I. Obosnovanie lingvisticheskoj teorii jemocij [Rationale for the linguistic theory of emotions] / V.I. Shahovskij // Voprosy psiholingvistiki [Journal of Psycholinguistics] №1 (39) 2019. – М.: Institut jazykoznanija RAN, 2019. - P.20-37. [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.125>

ИЗУЧЕНИЕ ПЛЕОНАЗМА В СИНХРОНИИ

Научная статья

Сирота Е.В.^{1,*}, Парахонько Л.В.²

¹ ORCID: 0000-0002-2662-8512;

² ORCID: 0000-0002-7010-3107;

^{1,2} Бельцкий государственный университет, Бельцы, Молдова

* Корреспондирующий автор (sirotaelena[at]mail.ru)

Аннотация

В статье рассматривается плеоназм как многостороннее явление, принадлежащее узусу и одновременно обладающее логико-семантическими особенностями. Тогда тот, кто обладает вещью (словом) в тексте, имеет право дать вещи новое качество; происходит наращение смысла. Подчеркивается, что по своей природе плеоназм может быть обязательным, обусловленным языковой системой (следовательно, в работе перечисляются признаки, дериваты данного типа языковой избыточности) и факультативным, преследующим реализацию экспрессивных целей высказывания. Кроме этого, устанавливаются условия, проводящие демаркационную линию между «жизнью» плеоназма как свидетельства ненормативности речевого акта и «инобытийного действия», которое характеризуется психологизмом и антропоцентризмом.

Ключевые слова: плеоназм, факультативный, облигаторный, функциональный критерий, психологизм, антропоцентризм.

A SYNCHRONIC STUDY OF PLEONASM

Research article

Sirota E.V.^{1,*}, Parakhonko L.V.²

¹ ORCID: 0000-0002-2662-8512;

² ORCID: 0000-0002-7010-3107;

^{1,2} Alecu Russo State University, Bălți, Moldova

* Corresponding author (sirotaelena[at]mail.ru)

Abstract

The article examines pleonasm as a multifaceted phenomenon belonging to usus and at the same time having logical and semantic features. Therefore the one who possesses an object (word) in the text has the right to give this object a new quality; there is an increase in meaning. The article emphasizes that by its nature, pleonasm can be mandatory, conditioned by the language system (therefore, the paper lists the signs, derivatives of this type of linguistic redundancy) and optional, pursuing the implementation of the expressive utterances. In addition, the conditions are established that draw a demarcation line between the "life" of pleonasm as evidence of the non-normativity of a speech act and an "other action", which is characterized by psychologism and anthropocentrism.

Keywords: pleonasm, optional, obligatory, functional criterion, psychologism, anthropocentrism.

Введение

Проблема классификации плеоназма, его многостороннее понимание, сходство с тавтологией привело к трудностям при анализе текста и в XX веке [1, С. 158].

Именно этим обстоятельством мотивирована актуальность исследования. Цель работы – изучить плеоназм в синхронии, проанализировать данное языковое явление и с точки зрения функциональности и с точки зрения паралогизма, учитывая наличие рефлексивности в языке.

Основная часть

Так, в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» 1998 года предлагается дефинировать плеонастические выражения как избыточность языковых средств, которая используется в процессе коммуникации. Существует их стратификация: лексический плеоназм, грамматический плеоназм, стилистический и др. По своей природе плеоназм может быть обязательным, обусловленным языковой системой, и факультативным, или необязательным, обусловленным экспрессивными целями высказывания [2, С. 379].

Также к исследуемому типу избыточности относят корневую редупликацию – частичный или полный повтор корня. Корневой плеоназм служит для выражения различных грамматических значений, например:

- 1) расчлененной множественности;
- 2) собирательной множественности;
- 3) обобщенности и др. [3, С. 81].

Однако подобная классификация является спорной, т.к. другие ученые считают корневую реитерацию тавтологией (В.А. Виноградов, С.Е. Никитина и Н.В. Васильева, Д.Э. Розенталь и М.А. Теленкова и др.).

Помимо отмеченных видов плеоназма, выделяются еще и три основных типа аффиксального плеоназма.

Суть первого типа состоит в том, что один из одинаковых суффиксов является избыточным и выражает одно и то же грамматическое значение.

Второй тип проявляется тогда, когда одним и тем же аффиксом выражаются разные грамматические значения: русск. книг-и и книг-а (окончание -и указывает на мн.ч. и Им.п., а окончание -а – на ед.ч., Им.п.).

Третий тип аффиксального плеоназма заключается в том, что одно и то же грамматическое значение может быть выражено сочетанием двух совершенно разных аффиксов с одинаковой функцией. Важно отметить, что этот тип аффиксального плеоназма характерен для адыгейского языка.

Разновидностью первого типа аффиксального плеоназма является одновременное использование двух разных аффиксов для выражения одного и того же или сходного грамматического значения: в глаголе повелительного наклонения «идемте» личное окончание «ем» и аффикс «те (постфикс)» обозначают множественное число [4, С. 62].

Однако данный тип аффиксального плеоназма не является избыточным, а, скорее всего, добавочным, уточняющим, т.к. постфикс «те», помимо множественности, является идентификатором возраста, т.е. содержит сему уважения к старшим.

Во многих словарных толкованиях при объяснении терминов «плеоназм и тавтология» используется критерий избыточности, но этой особенности мало при их различении. Поэтому их дефиниции являются неполными.

Так, в «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахмановой под плеоназмом следует понимать «оправданную избыточность», соответственно, тавтология трактуется как «неоправданная избыточность». Таким образом, характер оценочности присутствует, а критериев оценочности нет [5, С. 457].

В «Большом энциклопедическом словаре. Языкознание» под редакцией В.Н. Ярцевой «плеоназм» – это «избыточность выразительных средств», «тавтология» – это «содержательная избыточность высказывания» [2, С. 501]. Необходимо отметить, что не совсем ясно, что имеется в виду под «выразительными средствами», подразумевается ли эмоционально-экспрессивная лексика [6, С. 159].

В «Большом толковом словаре русского языка» С.А. Кузнецова плеоназм играет роль «речевого излишества», следовательно, выделяется его отрицательная черта [7, С. 841].

Кроме того, высказывается мысль о том, что плеоназм – уместный повтор языковых единиц, плеоназм – стилистическая фигура, что используется для художественной выразительности (алая кровь, тёмная ночь, одинокая луна, далёкое небо и т.д.). Тавтология, в свою очередь, излишний повтор в речи, т.е. ошибочный, неправильный.

Однако существует оппозитивное утверждение, признающее выразительность, стилистическую нагруженность не только плеоназма, но и тавтологии. Избыточность в художественном тексте помогает перейти от простого изображения к образному; эмоциональные, коннотативные оттенки способствуют пониманию значения контекста и не допускают двоякой интерпретации, понимания [8, С. 175].

Н. Махкамов утверждает, что плеоназм является родовым понятием, а тавтология – видовым [9, С. 9].

Более этого, признается верным относить к плеоназму накопление синонимических выражений [8, С. 175]. Это значит, что плеоназм – это повтор разнокоренных лексем.

Таким образом, анализ дефиниций плеоназма показывает следующее: смежность тавтологии и плеоназма, отсутствие разграничений между этими типами избыточности.

Итак, словосочетания «моя автобиография, памятный сувенир» признаются плеоназмами в некоторых словарях (Розенталь, Теленкова 2003; Караулов 1997; Кузнецов 1998; Ушаков 2005; Иванов, Сквородников, Ширяев 2003). В других лексикографических источниках (Матвеева 2003) считаются тавтологиями. Или же словосочетание «патриот родины» в одних словарных статьях (Нечаев 1976) является тавтологией, в других (Крысин 1998; Ожегов, Шведова 1997; Иванов, Сквородников, Ширяев 2003) – плеоназмом.

Встречаются различные толкования и повтора однокоренных слов. Так, бином «горе горькое» в «Толковом словаре иноязычных слов» Л.П. Крысина считается иллюстрацией плеоназма, а не тавтологии [10, С. 600].

Несмотря на то, что еще не выявлены признаки четкой дифференциации избыточности, существует функциональный критерий, разработанный польским лингвистом Марэком Рушковски. Согласно ему, плеоназм и тавтология не являются семантически избыточными, если реализуют коммуникативную цель говорящего, которая состоит в желании продуцента коммуникативного акта эмфазировать смысл, придать речи большую выразительность [11, С. 23 – 24].

Таким образом, избыточность и лексическая экономия являются характерными, сопутствующими чертами плеоназма и тавтологии.

Так, на вид лишние компоненты, составляющие плеонастическую структуру, получают наполнение в контексте и придают высказыванию новое значение, т.е. плеоназм является источником дополнительной информации, например:

1) 16 сентября я ушел поздно с работы, в связи с чем пришлось домой **идти пешком**.

2) движение трамваев было затруднено от улицы Десантников и дальше, в сторону Стрельны, сообщает читатель «Фонтанки». Людям приходилось **идти пешком** до работы.

В данном случае плеонастическое словосочетание «идти пешком» означает невозможность пользования средствами транспорта из-за непредвиденных обстоятельств.

В следующих примерах данный плеоназм дает новое значение – физический подвиг человека:

3) Человек 5 лет шел пешком от Севастополя до Владивостока.

4) Путешественнику Сергею Гордиенко, идущему пешком вокруг земного шара, срочно нужна помощь меценатов [6, С. 159].

Выражение «вернуться и повторить все снова!», относящееся к разряду плеоназма, не всегда избыточно, т.к. настраивает редукация значения кратности (многократный повтор, т.е. больше, чем один раз, уничтожает избыточность, формирует новое значение). Но, если действие повторяется только один раз, то данное выражение превращается в речевую ошибку [12, С. 122].

Следовательно, обороты, иллюстрирующие плеоназм, создающие новое значение и тем самым являющиеся неким «дополнением», приобретают антропоцентрическую мотивированность: человек в центре окружающего мира, сам категоризирует, конкретизирует и предает оценке экстралингвистическую действительность [13, С. 80].

Поэтому, с точки зрения психологии человека, обуславливаются причины возникновения плеоназма, а именно:

1) коллаборация [13, С. 53] коррелирует с плеоназмами, имеющие значение взаимности. Ср.: *взаимно уважать* друг друга [14, С. 93; 15, С.114], *смешивать вместе и встретимся вместе*;

2) желание подчеркнуть свою индивидуальность, личность [13, С. 80]. Так, образуются индивидуализирующие плеоназмы. Ср.: видеть *своими собственными* глазами, сделать что-л. *своими собственными* руками, слышать своими собственными [16, С. 230].

Кроме этого, плеоназмы могут дублировать понятие количества, одну из основных категорий, связанных с человеческим опытом [17, С. 9]. Ср.: *приоткрыть немного* [15, С. 116], *немного приуменьшить* (префикс «при» уже содержит сему «немного»).

Необходимо отметить, что с функциональным аспектом связан и компонентный метод анализа и теории прототипа, разработанный Доротой Шумской [18, С. 9]. Согласно нее, выделяются абсолютный плеоназм (мчаться быстро – в семантическую структуру глагола «мчаться» полностью входит сема скорости, без градации данного признака) и относительный плеоназм (бежать быстро – предикат допускает градацию признака) [18, С. 150-152]. Соответственно, абсолютный плеоназм можно отнести к паралогизму, логической ошибке. Относительный плеоназм ошибкой, принадлежащей узусу не является.

Поэтому представляется правильным перечислить условия нормативности плеоназма, исчезновения избыточности данных выражений:

Плеоназм сопровождается дополнением. Ср.: (13) *Я падаю вниз головой*. Прощай навсегда шар земной, Но мы расстаёмся с тобой. Со всей разноцветной листвою. *Я падаю вниз головой* (текст песни).

(14) Итак, в примете есть смысл. Хотя и не всегда, но все-таки в большинстве случаев бутерброд *падает маслом вниз*.

Плеоназм сопровождается определением. Ср.:

(15) Язык французов и латиноамериканцев наиболее экспрессивен, и *жестикулируют* они *двумя руками*.

(16) Якобы если политик-правша и он, желая донести до избирателей свои идеи и мысли, которые считает правильными и положительными, *жестикулирует правой рукой*, – ему можно верить и т.д. [6, С. 167].

Проблемой плеоназма занимались и румынские ученые: Al. Graur, M. Avram, Th. Hristea, I.-Șt. Rădulescu, V. Guțu Romalo, D. N. Uritescu, R. Bogdan, I. Condrea, V. Marin, I. Melniciuc, E. Grosu и т.д. Их понимания данного вида семантической избыточности совпадает и с другими исследователями, а именно под плеоназмом подразумевается речевое излишество, когда одно из двух слов несет ненужную, дублирующую информацию: «Folosirea mai multor elemente de expresie decât ar fi strict necesar pentru redarea unui anumit conținut, alăturarea unor elemente care au înțeles identic ori asemănător sau dintre care unul se cuprinde în altul» [19, С. 3]. Например: «Importanța lui Beethoven în muzică este semnificativă și din perspectiva transformării rolului compozitorului în societate, или из-за изменения роли композитора в обществе важность Бетховена в музыке является значимой» [20, С. 342]. В данном случае плеонастическими оборотами выступают абстрактное имя существительное «importanța (важность)» и атрибутив «semnificativă (значимая)», т.к. в лексическую единицу «важность» уже входит значение лексемы «значимая». Поэтому упомянутые здесь иллюстрации плеоназма являются логической ошибкой, принадлежащей узусу. В связи с этим Евгения Додон проводит соответствующую редакторскую правку в своей статье «Pleonasmul și tautologia – manifestări ale redundanței lingvistice»: Importanța (ori semnificația) lui Beethoven în muzică e relevantă [20, С. 342].

Кроме этого, для демонстрации частотности употребления лексического плеоназма, по классификации разработанной М. Avram, в данной статье приводятся следующие примеры:

1) «Pe parcursul anului 1992, Patricia Kaas se retrage din lumina reflectoarelor, preferând să petreacă o *perioadă de timp* alături de familia sa». Era suficient numai un lexem (o perioadă sau un timp).

2) «După ce s-a terminat turneul, Brian May *s-a întors înapoi* la studio...» [20, С. 342]. E necesar a exclude adverbul înapoi, fiindcă verbul reflexiv a se întoarce semnifică a veni înapoi. Drept argument e enunțul în care verbul acesta e întrebuințat corect: «În 1508, Leonardo da Vinci s-a întors în Milano...» [20, С. 342]. Как мы видим, Евгения Додон правит вышеприведенные предложения, считая плеоназм ошибкой; десемантизирует его. Однако, мы осмелимся не согласиться с этим выдвинутым положением.

С одной стороны, словосочетание «о *perioadă de timp*, или период времени», действительно, является плеонастическим по своей природе. Об этом говорит дефиниция лексемы «период» из Толкового словаря русского языка Ушакова:

1. Промежуток времени, в течение к-рого заканчивается какой-н. повторяющийся процесс (науч.). Синодический период обращения планеты (время, в течение к-рого планета совершает один полный оборот вокруг Солнца; астр.). Период колебательного движения (время, в течение которого тело возвращается в исходное положение; физ.).

2. Промежуток времени, противопоставляемый другим, определенный срок, в течение к-рого что-н. происходило, произошло. Одесский период жизни Пушкина. В течении долгого периода был учителем [21, С. 228–229].

Однако, в данном случае уместно говорить о полисемии, точнее, о привантивной дистрибуции (внутрисловной гипонимии): период = время = гипероним или период = промежуток, интервал, отрезок времени = гипоним (видовое наименование), вносящий уточнение в семантику данной лексемы. Следовательно, речь идет о ложном плеоназме.

Аналогичную функцию конкретизатора значения выполняет и второй бином «*s-a întors înapoi*, или вернулся обратно», потому что возвратный глагол «вернуться» и наречие «обратно» не всегда означают прийти обратно; появиться вновь, т.е. не всегда возникает семантический дуплет: адвербатив «обратно» может подразумевать и локатив, прежнее место, туда, где вы его взяли, откуда ранее переместили или тому, от кого получили. Например: «Заполненную анкету вам следует вернуть обратно в отдел кадров» [22]. Таким образом, формируется новое лексическое значение.

Заключение

Таким образом, изучив многочисленную литературу по проблеме «Изучение плеоназма в синхронии», мы приходим к следующим выводам:

- 1) граница между плеоназмом и тавтологией очень зыбка;
- 2) поэтому нет точности и полноценности в описаниях понятийного статуса данных типов избыточности;
- 3) признается в некоторых случаях закономерность и правомерность плеоназма;
- 4) соответственно, анализируются обстоятельства нейтрализации избыточности как речевой погрешности.

Следовательно, плеоназм не всегда нужно рассматривать как нарушение нормы кодифицированного литературного языка; плеоназм представляется уместным, если реализует следующие задачи:

1) конкретизация значения: a reveni din nou: «a venit – a plecat – a venit iarăși – a plecat – a revenit / a venit a doua oară» – este vorba de o nouă revenire) [23, С. 38].

2) интенсификация значения, признака: La I. Creangă («Harap Alb»), întâlnim: «Fiul craiului... numai iaca se trezește dinaintea lui cu o babă gărbovă de bătrânețe» [24, С. 6 – 7];

3) просодическая функция, формирующая новое значение: «Cobori în jos, Luceafăr bland» [25, С. 9]. Автор эмплазирует наречие «în jos, или вниз», тем самым образует новую сему - изменение направления движения, а также подчеркнул необязательность пройденного расстояния [23, С. 39];

4) плеоназм как стилистическая фигура: апроприация, использование плеоназмов с целью достижения наибольшей экспрессии при экстерииоризации (процессе, в результате которого внутренняя психическая жизнь человека получает внешне выраженную (знаковую и социальную) форму своего существования) [23, С. 39]. К ним, в первую очередь, относятся идиоматические преобразования: vai și amar (быть несчастным и горьким).

Необходимо отметить, что к плеоназмам как стилистическим фигурам принадлежат и авторские образования (поэтические плеоназмы): «Verzi sunt dealurile tale..., limpede și senin cerul tău, или твои холмы зеленые ... ясное и безмятежное небо твоё» [26, С. 210], [23, С. 39].

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Ковалева Т.А. Плеоназм в русском языке XXI века: семантический аспект: семантический аспект / Т.А. Ковалева // Вестник ННГУ. Филология. Нижний Новгород. – 2017. – №4. – С. 158 – 163.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В.Н. Ярцевой. 2 – е изд. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – 685 с.: ил.
3. Благова, Г.Ф. Тюркский аффиксальный плеоназм в сравнительно-историческом и ареально-лингвистическом освещении / Г.Ф. Благова // Вопросы языкознания. М. – 1968. – №6. – С. 81 – 97.
4. Тутаришева, М.К. Аффиксальный плеоназм при выражении грамматических значений (на материале разностроительных языков) / М.К. Тутаришева, М.К. Тутаришева // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2013. – №3. – С. 64 – 69.
5. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / Ахманова Ольга Сергеевна. М.: Советская энциклопедия, 1966. – 608 с.
6. Kozera I. Методологические вопросы исследования плеонастических словосочетаний в современном русском / I. Kozera // Język i metoda. – Uniwersytet Jagielloński. – 2012. – С. 157–172.
7. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка / Кузнецов Сергей Александрович. СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.
8. Юсубова Р.Н. Разные принципы в поэтических текстах / Р.Н. Юсубова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов. – 2010. – №10. – С. 174 – 176.
9. Махкамов Н. Литературная норма и плеоназм / Махкамов Н. Ташкент: Фан, 1988. – 93 с.
10. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов / Крысин Леонид Петрович. М.: Эксмо, 2006. – 944 с.
11. Ruszkowski M. Zastosowanie kryterium funkcjonalnego w normatywnym wartościowaniu pleonazmów i tautologii / M. Ruszkowski. Warszawa: Poradnik Językowy, 1995. – №. 9–10. – Р. 22–28.
12. Махницкая Е.Ю. Культура речи. Стилистика. Учебное пособие для подготовки к ЕГЭ / Махницкая Елена Юрьевна, Былкова Светлана Викторовна. М.: Флинта, 2009. – 400 с.
13. Małocha-Krupa A. Słowa w lustrze. Pleonazm–Semantyka–Pragmatyka / A. Małocha-Krupa. Wrocław: Univ. Wrocławskiego, 2003. – 245 p.
14. Голуб И.Б. Секреты русского языка. О сложном увлекательно и просто: учебное пособие Москва/ Голуб Ирина Борисовна. М.: Кнорус, 2010. – 280 с.
15. Солганик Г.Я. Стилистика современного русского языка и культура речи / Солганик Григорий Яковлевич, Дроняева Тамара Сергеевна. Москва: Академия, 2008. – 256 с.
16. Энциклопедический словарь-справочник. Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты / под ред. А.П. Сковородникова. – 3-е изд., стереотип. М.: Флинта, 2011. – 480 с.
17. Lachur Cz. Semantyka przestrzenna polskich przymków prefii gowaných na tle rosyjskim / Cz. Lachur. Opole, 1999. – 302 p.
18. Szumska D. Przymiotnik jako przyłączone wyrażenie predykatywne: analiza formalizacji struktur propozycyjalnych w warunkach predykcji niezdanotwórczej / D. Szumska. Kraków: 2006. – 316 p.
19. Avram M. Pleonasmul și tautologia (1) / M. Avram // «Limba și literatura română». București – 1996. – nr. 3. – anul XXV. – P.3-6.

20. Dodon E. Pleonasmul și tautologia – manifestări ale redundanței lingvistice / E. Dodon // Limba Română. Chișinău. – 2019. – Nr. 4. – anul XXIX. – P. 340 – 352.
21. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д.Н.Ушакова. М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1939. Т.3, 1424 стб.
22. Толковый словарь русского языка / Под. ред. Д.В. Дмитриева. М.: Астрель: АСТ, 2003. – 1578 с.
23. Ionaș A. Abateri lexico-semantică în cadrul cultivării/educării limbii/limbajului / A. Ionaș // Univers pedagogic. Chișinău: Institutul de Științe ale Educației Centrul Editorial «Univers Pedagogic». – 2017. – №4. – P. 36–40.
24. Creangă I. Povestea lui Harap-Alb Semantics / I. Creangă. Chișinău: Editura Litera, 2016. – 64 p.
25. Eminescu M. Eminescu, poem cu poem - Luceafărul / M. Eminescu; comentat de Alex. Ștefănescu. București: Allfa, 2015. – 25 p.
26. Russo A. Opere / A. Russo. Chișinău: Editura Știința, 2015. – 284 p.

Список литературы на английском языке/ References in English

1. Kovaleva T.A. Pleonazm v russkom jazyke XXI veka: semanticheskiy aspekt: semanticheskiy aspekt [Pleonasm in the Russian language of the XXI century: semantic aspect: semantic aspect] / T.A. Kovaleva // Vestnik NNGU. Filologiya. Nizhny Novgorod [Bulletin of the UNN. Philology. Nizhny Novgorod.]. – 2017. – №4. – P. 158 – 163. [in Russian]
2. Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar' [Linguistic Encyclopedic Dictionary] / ed. by V.N. Yartsevov. 2nd ed. Moscow: Great Russian Encyclopedia, 1998. – 685 p.: [in Russian]
3. Blagova, G.F. Tjurkskiy affiksali'nyj pleonazm v sravnitel'no-istori-cheskom i areal'no-lingvisticheskom osveshhenii [Türkic affixal pleonasm in comparative-historical and areal-linguistic coverage] / G.F. Blagova// Voprosy jazykoznanija. M. [Questions of linguistics. M] – 1968. – №6. – P. 81 – 97. [in Russian]
4. Tutarisheva, M.K. Affiksali'nyj pleonazm pri vyrazhenii grammaticheskikh znachenij (na materiale raznosistemnykh jazykov) [Affixal pleonasm in the expression of grammatical meanings (on the material of heterogeneous languages)] / M.K. Tutarisheva, M.K. Tutarisheva // Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tehnologicheskogo universiteta [Bulletin of the Maikop State Technological University.]. – 2013. – №3. – P. 64 – 69. [in Russian]
5. Ahmanova O.S. Slovar' lingvisticheskikh terminov [Dictionary of linguistic terms / Akhmanova Olga Sergeevna. M.: Sovetskaja jenciklopedija [M.: Soviet encyclopedia], 1966. – 608 p. [in Russian]
6. Kozera I. Metodologicheskie voprosy issledovaniya pleonasticheskikh slovosochetaniy v sovremennom russkom [Methodological issues in the study of pleonastic word combinations in modern Russian] / I. Kozera // Język i metoda. – Uniwersytet Jagielloński [Language and method. - Jagiellonian university.]. – 2012. – P. 157–172. [in Russian]
7. Kuznetsov S.A. Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo jazyka [The Big Explanatory Dictionary of the Russian Language] / Sergey A. Kuznetsov. SPb.: Norint, 2000. – 1536 p. [in Russian]
8. Jusubova R.N. Raznye principy v poeticheskikh tekstah [Different principles in poetic texts] / R.N. Yusubova // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. Tambov [Philological sciences. Questions of theory and practice. Tambov]. – 2010. – №10. – P. 174 – 176. [in Russian]
9. Mahkamov N. Literaturnaja norma i pleonazm [Literary norm and pleonasm] / Mahkamov N. Tashkent: Fan, 1988. – 93 p. [in Russian]
10. Krysin L.P. Tolkovyj slovar' inozazychnykh slov [Explanatory dictionary of foreign words] / Krysin Leonid Petrovich. M.: Jeksmo [M.: Eksmo], 2006. – 944 p. [in Russian]
11. Ruszkowski M. Zastosowanie kryterium funkcjonalnego w normatywnym wartościowaniu pleonazmów i tautologii [Application of the functional criterion in the normative evaluation of pleonasms and tautology] / M. Ruszkowski. Warszawa: Poradnik Językowy [Warsaw: Poradnik Językowy], 1995. –№. 9–10. – P. 22–28. [in Polish]
12. Mahnickaja E.Ju. Kul'tura rechi. Stilistika. Uchebnoe posobie dlja podgotovki k EGJe [A culture of speech. Stylistics. Textbook for preparing for the exam] / Makhnitskaya Elena Yurievna, Bylkova Svetlana Viktorovna. M.: Flinta, 2009. – 400 p. [in Russian]
13. Małocha-Krupa A. Słowa w lustrze. Pleonazm–Semantyka–Pragmatyka [Words in the mirror. Pleonazm – Semantyka – Pragmatyka] / A. Małocha-Krupa. Wrocław: Univ. Wrocławskiego [Wrocław: University of Wrocławski], 2003. – 245 p. [in Russian]
14. Golub I.B. Sekrety russkogo jazyka. O slozhnom uvlekatel'no i prosto: uchebnoe posobie Moskva [Secrets of the Russian language. On the complex, fascinating and simple: study guide Moscow] / Golub Irina Borisovna. M.: Knorus, 2010. – 280 p. [in Russian]
15. Solganik G.Ja. Stilistika sovremennogo russkogo jazyka i kul'tura rechi [Stylistics of the modern Russian language and culture of speech] / Solganik Grigory Yakovlevich, Dronyaeva Tamara Sergeevna. Moscow: Academy, 2008. – 256 p. [in Russian]
16. Jenciklopedicheskiy slovar'-spravochnik. Vyrazitel'nye sredstva russkogo jazyka i rechevye oshibki i nedochety [Encyclopedic dictionary reference. Expressive means of the Russian language and speech errors and shortcomings] / ed. A.P. Skovorodnikov. 3rd ed., Stereotype. M.: Flinta, 2011. – 480 p. [in Russian]
17. Lachur Cz. Semantyka przestrzenna polskich przyimków prefii gowanym na tle rosyjskim [Spatial semantics of Polish prepositions against the Russian background] / Cz. Lachur. Opole, 1999. – 302 p. [in Polish]
18. Szumska D. Przysłów jako przyłączone wyrażenie predykatywne: analiza formalizacji struktur propozycyjalnych w warunkach predykcji niezdanotwórczej [The adjective as an attached predicative expression: the analysis of the formalization of propositional structures in the conditions of non-conditional prediction] / D. Szumska. Kraków [Krakow]: 2006. – 316 p. [in Polish]
19. Avram M. Pleonasmul și tautologia (1) [Pleonasm and tautology (1)] / M. Avram // «Limba și literatura română». București [«Romanian language and literature». Bucharest]. – 1996. – no. 3. – year XXV. – P.3–6. [in Romanian]
20. Dodon E. Pleonasmul și tautologia – manifestări ale redundanței lingvistice [Pleonasm and tautology - manifestations of linguistic redundancy] / E. Dodon // Limba Română. Chișinău [Romanian Language. Chisinau]. – 2019. – no. 4. – year XXIX. – P. 340 – 352. [in Romanian]

21. Tolkovyj slovar' russkogo jazyka: V 4 t. [Explanatory dictionary of the Russian language: In 4 volumes] / Ed. D.N. Ushakova. M.: Sov. encyclopedia: OGIZ, 1939. Vol.3, 1424 stb. [in Russian]
22. Tolkovyj slovar' russkogo jazyka [Elektronnyj resurs] [Explanatory dictionary of the Russian language [Electronic resource]] / ed. D.V. Dmitrieva. M.: Astrel: AST, 2003. – 1578 p. [in Russian]
23. Ionaș A. Abateri lexico-semantică în cadrul cultivării/educării limbii/limbajului [Lexical-semantic deviations within the cultivation / education of language / language] / A. Ionaș // Univers pedagogic. Chișinău: Institutul de Științe ale Educației Centrul Editorial «Univers Pedagogic» [Univers pedagogic. Chisinau: Institute of Educational Sciences Editorial Center "Univers Pedagogic"]. – 2017. – no. 4. – P. 36–40. [in Romanian]
24. Creangă I. Povestea lui Harap-Alb Semantics [The story of Harap-Alb Semantics] / I. Creangă. Chișinău: Editura Litera [Chisinau: Litera Publishing House], 2016. – 64 p. [in Romanian]
25. Eminescu M. Eminescu, poem cu poem – Luceafărul [Eminescu, poem with poem – Luceafărul] / M. Eminescu; comentat de Alex. Ștefănescu. București: Allfa [commented by Alex. Stephen. Bucharest: Allfa], 2015. – 25 p. [in Romanian]
26. Russo A. Opere [Opere] / A. Russo. Chișinău: Editura Știința [Chisinau: Science Publishing House], 2015. – 284 p. [in Romanian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.126>

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ЭКСПРЕССИВНЫЕ СИНТАКСИЧЕСКИЕ КОНСТРУКЦИИ В АНИМАЛИСТИЧЕСКОЙ ПОЭЗИИ ТОМАСА ХАРДИ

Научная статья

Сапожникова А.Ю.*

ORCID: 0000-0001-8209-1150,

Волховский филиал Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, Волхов, Россия

* Корреспондирующий автор (anna_sapozhn[at]mail.ru)

Аннотация

В данной статье анализируются синтаксические средства выражения эмоций в текстах анималистической поэзии одного из крупнейших англоязычных авторов рубежа XIX – XX веков - Томаса Харди. Авторская позиция Харди, выражающаяся в гуманном отношении к животным и сопереживании им, находит свое отражение в выборе языковых средств произведений его анималистического цикла, в том числе синтаксических. На материале произведений Харди описывается расширение эмоционально-экспрессивных возможностей английского синтаксиса, новые смыслы, которые обретают клишированные эмоционально-экспрессивные синтаксические конструкции. Синтаксис поэзии Харди исследуется в опоре на методики и труды крупнейших ученых, посвященные выражению эмоций в языке и речи. Материалы и результаты исследования могут быть применены в курсе преподавания истории зарубежной литературы, спецкурсах по европейскому стиховедению в вузе.

Ключевые слова: анималистическая лирика, Томас Харди, синтаксис, эмотивность, эмоционально-экспрессивные синтаксические конструкции.

EMOTIONALLY EXPRESSIVE SYNTACTIC CONSTRUCTIONS IN THE ANIMALISTIC LYRICS BY THOMAS HARDY

Research article

Sapozhnikova A.Yu.*

ORCID: 0000-0001-8209-1150,

Volkhov branch of Herzen State Pedagogical University of Russia, Volkhov, Russia

* Corresponding author (anna_sapozhn[at]mail.ru)

Abstract

This article describes and discusses the syntactic means of expressing emotions in the texts of animalistic poetry by one of most prominent English-speaking authors at the turn of the 19th and 20th centuries – Thomas Hardy. Hardy's subjective position, precisely humane and kind attitude towards animals, which is reflected in his animalistic cycle, is emphasized. The expansion of the expressive possibilities of English syntax in Hardy's animalistic lyrics is described. The syntax of Hardy's poetry is analyzed with the help of methods worked out by the most eminent linguists devoted to the emotions in language and speech. The materials and results of the research can be applied in the course of teaching the History of Foreign Literature, special courses in European verse at the university.

Keywords: animalistic lyrics, Thomas Hardy, syntax, emotiveness, emotionally expressive syntactic constructions.

Introduction

Thomas Hardy, alongside with Rudyard Kipling, Ted Hughes, is one of the greatest English-speaking poets of the 20th century [5]. However, Hardy's prose texts have been studied to a much greater extent than his lyrical ones.

Among the variety of topics which are developed in Hardy's poetry, the topic of humane treatment of animals, which is important for understanding the author's life position, stands out [3]. The kind relationship to animals and birds also meant for the author the connection of all living beings. Hardy often personifies animals, emphasizing the fact that everyone can be in the place of this animal. In the lyrical texts of animalistic cycle which are analyzed below ("Ah, are You Digging on my Grave?", "The Robin", "The Blinded Bird". "The Puzzled Game-birds", "The Roman Gravemounds", "Dead "Wessex" Dog to the Household"), these feelings and emotions of the author are expressed with the help of certain linguistic means and devices.

The language has a wide set of means of expressing emotions used in the complex. Emotions as a psychological phenomenon turn into emotiveness at the language level; thus, emotions should be understood as a psychological category, and emotiveness as a linguistic one [9, P. 7-13].

Methods and principles of the research

In this research we employed the following methods: the method of linguistic stylistic analysis, statistic analysis, contextual analysis, and elements of the method of descriptor linguistic analysis.

Discussion

Many famous scholars, namely V.I. Shakhovskiy [9], S.V. Ionova [2], I.V. Arnold [11], and others, turned their attention to such notions as emotiveness and expressivity. They understand emotiveness as language means potential to express inner state and attitude of the speaker. As for expressivity of language means, its key feature is ability to influence the reader/listener emotionally.

These two notions become very close when we speak about the fictional text analysis, because while creating the fictional text, the authors aim not only at expressing their own emotions, but to evoke the same emotions within the readers. Lyrical texts are even more expressive and emotional than prosaic ones [10, P.109]. Thus, such terms as "emotionally expressive

syntax” [6], [7], “emotionally expressive syntactic construction” (sometimes shortened for EESC) [1] appeared and became widely spread in text linguistics.

Syntactic linguistic means are considered the most potentially expressive among other means of the language, as “psychologically a person accepts syntactic construction (usually a clichéd one) as a piece of expressive information” [2, P.14].

Modern linguistic theories suggest various approaches to the emotive sphere of fictional text. Mostly the aforementioned theories are connected with the analysis of lexical and graphical emotives, but there are also some works where grammatical, precisely, syntactic linguistic markers of emotiveness are suggested as the material for the analysis. In these studies, complex unity of English emotives is termed as functional semantic field of emotiveness (FSFE) [1].

FSFE is a multi-level structure where the kernel zone, the perikernel zone, the near periphery zone, and the far periphery zone can be singled out (see Picture 1).

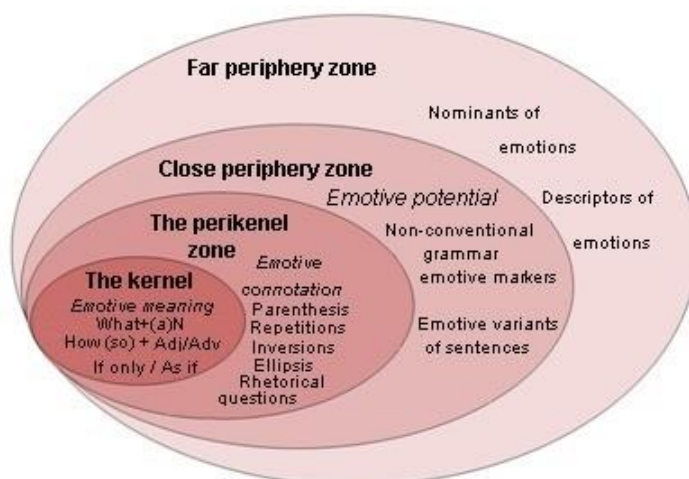


Fig. 1 – Functional semantic field of emotives (FSFE) in English syntax (according to A.S. Ilinskaya [1])

1. In the kernel zone only constructions expressing special emotive meaning are included (“What (a) + Noun!”, “How (so) + Adjective (Adverb)!”, “If only ...!” / “As if ...!”). Samples of such constructions which are given here and below are cited from the analyzed lyrical texts by T. Hardy.

“So zestfully thou canst sing!” [12, P.142] (“The Blinded Bird”)

The emotionally expressive syntactic construction is aimed at conveying feeling of admiration for the wonderful singing of a bird which was previously blinded by its owners (there was a belief that blinded birds sing better).

“What use!

What good will planting flowers produce?” [12, P. 148] (“Ah, Are You Digging on My Grave?”)

The emotional constructions given above convey deep feeling of mourning and loss.

The constructions mentioned above are, however, not very numerous, and are found in the analyzed texts only sporadically (see Picture 2).

2. The perikernel zone of FSFE comprises syntactic units where the emotionally expressive semantics is realized through the additional, connotative semes (such as parenthesis, elliptical sentences, rhetorical questions, inverted constructions, various kinds of repetitions) [1].

In the given lyrical texts rhetorical interrogative sentences can be frequently met as variants of such perikernel zone constructions.

“So zestfully canst thou sing?...

Who suffereth long and is kind,

Is not provoked, though blind

And alive ensepulchred?

Who hopeth, endureth all things?

Who thinketh no evil, but sings?

Who is divine?” [12, P.142] (The Blinded Bird)

«String chain» of rhetorical questions provokes interest within the readers, influences them emotionally.

“They are not those who used to feed us –

When we were young – they cannot be!” [12, P. 129] (The Puzzled Game-birds)

The combination of slightly varied syntactic repetition (they are not... they cannot be) with parenthetical enclosure (“...- when we were young -...”) deepens the effect of puzzle and despair expressed by the game-birds being murdered by those who had once fed and tamed them.

The key types of EESC in the poem “Dead “Wessex” The Dog To The Household” are triple paralleled constructions (the lines cited below are repeated thrice in the corresponding stanzas). Such multiple repetition expresses the dog’s attachment to the owner, his belief in the owner’s fidelity.

“Do you think of me at all...” (stanza 1).

“Do you look for me at times...” (stanza 2).

“You may hear a jump or trot...” (stanza 3).

“Should you call as when I knew you...” (stanza 4). [12, P. 133]

In another Hardy's poem "The Robin" EESC is represented by enumeration with polysyndeton, the aim of which is to illustrate numerous happy events in the bird's life, endless positive emotions.

"I stand and look,
And stop and drink,
And bathe my wings,
And chink, and prink." [12, P.131]

The EESC from the perikernel zone of FSFE (parenthetical enclosure "...see..." and partial inversion "in his basket he has brought") are found in Hardy's text "The Roman Gravemounds".

"But no; in his basket, see, he has brought
 A little white furred thing, stiff of limb". [12, P.122]

The storyteller seems to disbelieve what he sees (the owner of the cat came to bury the animal near the gravemounds of Roman warriors).

"It is this [cat's death], and not Rome, that is moving him" [12, P.122] (Roman Gravemounds).

"Could she [a cat] but live, might the record die of Caesar, his legions, his aims, his end!" [12, P. 123] (Roman Gravemounds)

In the second example the emotionally expressive syntactic construction (*It is this....that is*), combined with parenthesis (*...and not Rome*) is used to emphasize the storyteller's love for his pet (the cat whom he brought to bury not far from the Roman gravemounds). In the third quotation the double inverted structure in the conditional sentence (the main part and the clause) highlights the insignificance of all historic tragedies, including the Roman Empire fall, compared to the loss of the beloved animal.

3. In the close periphery zone of FSFE we find language units which realize the emotionally expressive semantics only potentially in the certain context (see Picture 1). For instance, these are the emotive variants of declarative and interrogative sentences.

"Here say you that Caesar's warriors lie?
 But my little white cat was my only friend!" [12, P. 123]

The regular interrogative construction "*Do you say that Caesar's warriors lie here?*" and the regular declarative one "*My little white cat was my only friend*" are substituted by their emotive variations (by additions of colloquial question formula, exclamation mark, adversative conjunction "*but*").

As an example of contextual morphological emotives (or non-conventional grammatical markers of emotiveness [1]) in Hardy's animalistic lyrics, the use of archaic forms of the verbs can be mentioned.

"So zestfully thou canst sing!
 Who suffereth long and is kind,
 Who hopeth, endureth all things?
 Who thinketh no evil, but sings?
 Who hath charity?" [12, P. 127]

The examples from the analyzed lyrics illustrating the bulk of the EESC belonging to the perikernel and the far periphery zone of FSFE proved to be the most numerous (see Picture 2).

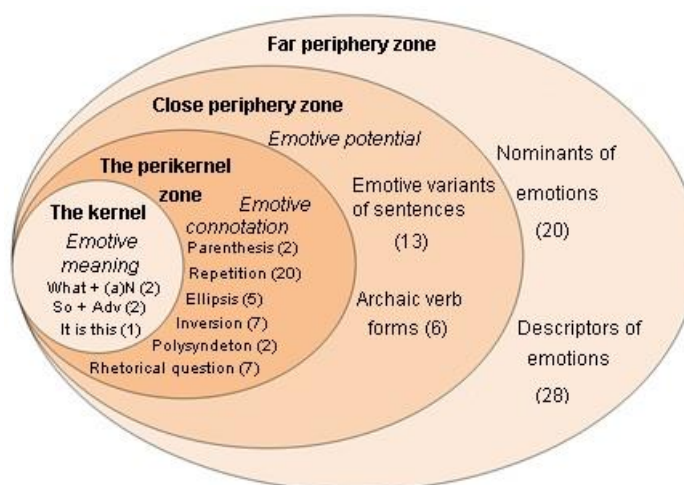


Fig. 2 – FSFE of animalistic lyrical texts by T. Hardy
 Note: in brackets the statistics of the EESC occurrence is given

4. The far periphery zone of FSFE comprises language units the main function of which is the nomination and description of emotional situations, that is, nominants and descriptors of the emotions (see Picture 1) [1]:

- lexical nominants of feelings and emotions: "I search and search but find no meal, // And most unhappy then I feel" ("The Robin");

- interjectional enclosures: «Ah, are you digging on my grave?», «Ah, no», «Ah, yes», «'O it is I» ("Ah, are you digging on my grave?");

- phraseological descriptors:

"No tendance of her mound can loose
 Her spirit from Death's gin". (Ibid.)

Phraseological unity “Death’s gin” stands for emotionally neutral lexeme “grave”.

Their quantity in the given lyrical texts is substantial, but doesn’t prevail over the emotionally expressive syntactic constructions described above (see Picture 2).

Consequently, having studied all levels of FSFE in T. Hardy’s animalistic poetry, we found out that EESC are the main means of expressing emotiveness in the aforementioned texts. They are represented by various types of interrogative, parenthetic, emphatic constructions, as well as repetitions. It is worth mentioning that often emotives of other language levels occasionally appear in a sentence containing EESC, reinforcing the effect expressed by the author (the so-called convergence of stylistic devices):

“And a happy bird am I, am I!” [12, P.131]

The convergence of the repeated inverted EESC (am I, am I) with the lexical descriptor of emotional state (happy), and graphical descriptor of this state (exclamation mark) reinforces the reader’s impression of a joyful bird’s state in summertime.

“Ah, are you digging on my grave?...”

Then who is digging on my grave?...

Ah yes, you dig upon my grave... (“Ah, Are you Digging On my Grave?”)

Slightly varied repetition of interrogative structure («...Are you digging on my grave?») is reinforced by the addition of graphical (italics, three dots) and lexical (interjections – “ah”; “ah yes”) descriptors.

Conclusion

Having analyzed the animalistic lyrical texts by Thomas Hardy and having collected the statistic data (see Picture 2), we found out that in the functional semantic field of emotiveness of the given texts the majority of language units with emotive semantics is concentrated not in the kernel zone of the field (the sphere of emotive denotation), but in the perikernel zone and its close periphery (the sphere of emotive connotations and emotive potential respectively, which are represented by different EESC).

Thus, in the texts of his animalistic verse Thomas Hardy expands the emotionally expressive possibilities of English syntax, implying in them new meanings, which is quite consistent with the concept of the creative aspect of English syntax (as opposed to lexical and morphological levels) noted by modern researchers [2]. Undoubtedly, with the help of these means the poet managed to convey his sincere empathy for the fate of the animals and birds described by him.

No wonder the animalistic poetry by Thomas Hardy found response among the writer’s contemporaries and sounds actual nowadays as well.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Илинская А. С. Грамматические маркеры эмоциональности в английском языке: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. / Илинская Анастасия Сергеевна. - Барнаул, 2007. – 185 с.
2. Ионова С. В. Эмотивность текста как лингвистическая проблема: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. / Ионова Светлана Валентиновна. – Волгоград, 1998. – 197 с.
3. Крылова М.П. Лирическая поэзия Томаса Харди: дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.03. / Крылова Мария Петровна. - СПб, 2007. – 221 с.
4. Маслова А.А. Эмотивные высказывания (на материале русского и сербского языков) / А.А. Маслова. - М., 2007. – 32 с.
5. Михальская Н.П., История английской литературы / Н.П. Михальская. - М., 2006. – 478 с.
6. Оковитая Ю.Ф., Экспрессивные синтаксические конструкции в языке рекламы: соотношение структуры и значения: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. / Оковитая Юлия Фаридовна. – Краснодар, 2004.- 142 с.
7. Орлова Н. Н. Языковые средства выражения эмоций: синтаксический аспект (на материале современной английской прозы): дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. / Орлова Наталья Николаевна. – Ростов-на-Дону, 2009. – 188 с.
8. Подгорная, А.Ю. Экспрессивность или импрессивность / А.Ю. Подгорная. - Волгоград, 2001. – 312 с.
9. Шаховский, В. И. Лингвистика эмоций / В. И. Шаховский // Филологические науки. – 2007. – № 5. – С. 7-13.
10. Эсалнек, А.Я Теория литературы / А.Я. Эсалнек. – М.: Наука, 2010. – 208 с.
11. Arnold I.V. Stylistics of the Modern English Language / I.V.Arnold – M., 2002. – 440 p.
12. Hardy T. Chosen Poems of Thomas Hardy / T. Hardy. - London, 1975. – 160 p.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Ilinskaja A.S. Grammaticheskiye marker emocional'nosti v anglijskom jazike [Grammatical markers of emotionality in the English language] dis... of PhD in Philology: 10.02.04 / Ilinskaja Anastasija Sergejevna. - Barnaul: [b.i.], 2007. – 185 p. [in Russian]
2. Ionova S.V. Emotivnost' teksta kak lingvisticheskaja problema [The text's emotiveness as a linguistic problem] dis... of PhD in Philology: 10.02.04 / Ionova Svetlana Valentinovna. – Volgograd: [b.i.], 1998. – 197 p. [in Russian] 15, 9 13
3. Krylova M.P. Liricheskaja poezija Tomasa Hardi [The lyrical poetry by Thomas Hardy] dis... of PhD in Philology: 10.01.03 / Krylova Marija Petrovna. – SPb, [b.i.], 2007. – 221 p. [in Russian]
4. Maslova A.A. Emotivnyje vyskazyvanija (na materiale russkogo i serbskogo jazikov) [Emotive utterances (on the material of Russian and Serbian languages)] / A.A.Maslova. - Moscow, 2007. – 32 p. [in Russian]
5. Mihal'skaja N.P. Istoriya anglijskoj literatury [The History of English Literature] / N.P. Mihal'skaja. - M., 2006. – 478 p.

6. Okovitaja Ju. F. Ekspressivnyje sintaksicheskiye konstrukzii v jazike reklamy: sootnoshenije struktury I znachenija [Expressive syntactic constructions in the language of advertisement: the correlation of structure and meaning] dis... of PhD in Philology: 10.02.04 / Okovitaja Julia Faridovna. - Krasnodar, [b.i.] 2004. – 142 p. [in Russian] 14
7. Orlova N.N. Jazikovyje sredstva vyrazhenija emozij: sintaksicheskij aspekt (na material sovremennoj anglijskoj prozy) [The language means of expressing emotions (on the material of modern English proze)] dis... of PhD in Philology: 10.02.04 / Orlova Natalia Nikolajevna. – Rostov-na-Donu, [b.i.], 2009. – 188 p. [in Russian]
8. Podgornaja A. Yu. Ekspressivnost' ili impressivnost' [Expressivity or impressivity] / A.Yu. Podgornaja. - Volgograd, 2001. – 182 p. [in Russian]
9. Shakhovskij V.I. Lingvistika emozij [Linguistics of emotions] / V.I. Shakhovskij // Filologicheskiye nauki [Philological sciences]. – 2007. – № 5. – P. 7-13. [in Russian]
10. Esalnek A.Ja. Teorija literatury [The theory of literature] / A.Ja. Esalnek. – M.: Nauka, 2010. – 208 p. [in Russian]
11. Arnold I. V. Stilistika. Sovremennyy anglijskij jazik [Stylistics of the Modern English Language] / I.V.Arnold. – Moscow, 2002. – 440 p.
12. Hardy T. Chosen Poems of Thomas Hardy / T. Hardy. - London, 1975. – 160 p.

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.127>

ЖАНР «ЗАПИСОК» В РОМАНЕ САШИ СОКОЛОВА «МЕЖДУ СОБАКОЙ И ВОЛКОМ»

Научная статья

Сысоева О.А.*

ORCID 0000-0002-8512-8462,

Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, Россия

* Корреспондирующий автор (helgats[at]yandex.ru)

Аннотация

Предметом исследования в статье является изучение жанровой функции ряда поэтических глав романа Саши Соколова «Между собакой и волком» (1980). Установлено, что жанр «записок» ориентирован одновременно на литературный канон (древнерусской литературы, классической литературы XIX века) и на «речевой жанр». Внешняя форма организует, оформляет стихийный «речевой поток», в котором объединяются как голос героя, так и многочисленные чужие голоса (Пушкина, Тургенева, Некрасов, Пастернака, Хлебникова, Бродского и др.). Рассмотрены такие особенности текстов, как «стихийный натурализм», соотношение историчности и субъективности повествования, гипертекстуальность. Отдельное внимание уделяется явлению травестийного снижения, которое достигается через столкновение известных литературных тем, мотивов, образов, сюжетов с народным сознанием. Подчеркивается, что такая свобода от речевых норм, сложившейся речевой иерархии – важный компонент карнавальной традиции. В данной работе автор использует культурно-исторический, системно-типологический, историко-литературный методы, а также метод интертекстуального анализа. Методологическую базу исследования составили труды М.М. Бахтина, Д.С. Лихачева, Л. Хатчин, Л.Г. Кихней. Материалы, представленные в статье, могут иметь практическое применение в практике школьного и вузовского образования в рамках изучения русской литературы XX века, литературы русского зарубежья.

Ключевые слова: жанр, канон, записки, пародия, ирония, интертекстуальность, карнавальность.

THE GENRE OF "NOTES" IN SASHA SOKOLOV'S "BETWEEN DOG AND WOLF"

Research article

Syssoeva O.A.*

ORCID 0000-0002-8512-8462,

Pacific National University, Khabarovsk, Russia

* Corresponding author (helgats[at]yandex.ru)

Abstract

The subject of the research is the study of the genre function of a number of poetic chapters of Sasha Sokolov's novel "Between Dog and Wolf" (1980). It is established that the genre of "zapiski" (notes) is focused simultaneously on the literary canon (Old Russian literature, classical literature of the 19th century) and on the "oral genre". The external form organizes and forms a spontaneous "speech flow", which combines both the voice of the hero and numerous other people's voices (Pushkin, Turgenyev, Nekrasov, Pasternak, Khlebnikov, Brodsky, etc.). The study examines such features of texts as "spontaneous naturalism", the ratio of historicity and subjectivity of the narrative, hypertextuality. Special attention is paid to the phenomenon of travesty decline, which is achieved through the collision of well-known literary themes, motifs, images, plots with the popular consciousness. It is emphasized that such freedom from speech norms, from the established speech hierarchy is an important component of the carnival tradition. The author of the article uses cultural-historical, system-typological, historical-literary methods, as well as the method of intertextual analysis. The methodological basis of the study includes the works of M. M. Bakhtin, D. S. Likhachev, L. Khatchin, L. G. Kikhney. The materials presented in the article can be useful in the practice of school and university education in the framework of the study of Russian literature of the twentieth century and the Russian literature written abroad.

Keywords: genre, canon, notes, parody, irony, intertextuality, carnivality.

Введение

Особый интерес для жанрового анализа представляют поэтические главы романа Саши Соколова «Между собакой и волком» (1980 г.): «Записки Запойного охотника» (третья глава), «Записки охотника» (седьмая глава), «Опять записки» (одиннадцатая глава), «Журнал запойного» (пятнадцатая глава), «Записка, посланная отдельной бутылкой» (восемнадцатая глава).

К.Ф. Седов подчеркивает, что жанры в сознании человека даны «в виде готовых сценариев, образцов» [4, С. 169], сложившихся традиционных жанровых канонов, но эти сценарии начинают действовать на подсознательном, интуитивном уровне и зависят от жанровой и языковой компетенции носителя языка.

Основные результаты

Жанр «записок» в романе «Между собакой и волком» ориентирован одновременно и на литературный канон, и на «речевой жанр».

Как отмечает Д.С. Лихачев, жанр записки формируется в древнерусской литературе. Особый род житийной литературы представляли документальные записки, составлявшиеся как память о святом, – «материалы» для его биографии. Эти записки не претендовали на литературность. Их основная функция – сохранить свидетельства о святом, факты его жизни, его посмертные чудеса. Впоследствии эти записки перерабатывались, становились всё более и более литературными – «удобренными» и риторичными. Как отмечает исследователь, «это не реалистичность

литературы, а реальность самой жизни, как бы перенесенная в литературу, это стихийный натурализм документа, точной записи происходящего» [7, С. 154].

Именно такая реалистичность описания («стихийный натурализм») свойственна сочинениям главного героя романа «Между собакой и волком» Якова Паламахтерова. В его произведениях отражаются те явления и ситуации, которым он сам был свидетель или слышал их от «доверенных лиц». Чаще всего стихотворения представляют собой документированное изображение событий. Например:

Зиме конец – весне случиться.
И развездной на слякоть злиться,
Которой улица стремится
Ему заляпать ягодицы,
Употребляя в дело спицы
Великосветских колесниц и
Кабриолетов и ландо [9, С. 159].

В современном литературоведении форма записок интерпретируется рядом исследователей как «нехудожественное повествование, предполагающее доминанту нефикциональности» [5]. А.Н. Николюкин говорит о записках как о жанре, связанном с размышлениями о прожитом и подразумевающим выражение личного отношения автора или рассказчика к описываемому.

Сами авторы произведений данного жанра (например, Н.В. Гоголь, И.С. Тургенев, Л. Чарская и другие) часто подчеркивают индивидуальную значимость приводимых «фактов», их частный характер. Можно сделать вывод, что «документальность» подобных произведений, по меньшей мере, требует оговорок. Критерий истинности оказывается нерелевантным для данного типа текстов (несмотря на то, что многие писатели подчеркивают истинность и историческую ценность повествования, они действуют сообразно авторскому замыслу, и произведения их конструируют идеальную историю и утверждают истину). Говоря иными словами, такие тексты не могут быть проанализированы с точки зрения адекватного отображения действительности, так как принадлежат к области произведений художественной литературы.

Неоднозначность толкования любого события (даже имени человека) подчеркивается в самих текстах:

Тут похоронен Петр
По прозвищу Багор,
Его все звали Федор,
А он себя Егор [9, С. 217].

Что касается соотношения «историчности» и субъективности повествования, то уместно процитировать Е. Фарино, который для их разграничения использует терминологию Сарбевски: «в повествовательном жанре он <...> усматривает три уровня, расположенных таким образом, что каждый очередной охватывает собой предыдущий. История есть нечто, что произошло действительно или могло произойти, во всяком случае, она есть то, что – говоря на языке современной теории – находится вне текста. Аргументом является упорядочение истории по правилам искусства. Исправленная история на уровне аргумента получает готовую форму, сообщаемую автором читателю и называемую «сюжетом» [14, С. 605].

Пародийным примером преобразования истории в литературный сюжет служит «Преображение Николая Угодника (Рассказ утильщика)» из Записки XVIII. В прозаическом тексте романа рассказ о жизни Угодника представлен в жанре хроники. Финал истории в нем остается открытым: Николай пропал. Однако в поэтических главах в пересказе очевидца – утильщика он улетает на небо:

Утром смотрим – летит Коля-Николай:
Костыли – как два крыла над головой.
Обратился, бедолага, в сокола:
Перепил. И боле не было его [9, С. 106].

Если в древнерусском жанре записки основной функций является функция сохранения свидетельства о святом, фактов его жизни, посмертных чудес, то в данном тексте на первый план выступает функция художественного текста – воздействие на читателя через художественные образы. Для достижения этой цели рассказчик использует различные риторические приемы (например, неожиданное окончание – пуант), языковые средства: сравнения («ночь серела – что застираны порты», «костыли – как два крыла над головой»), метафоры («три архангела вторичного сырья», «час меж волка и собаки»), каламбуры («нет у Коли ни кола, лишь костылики»), просторечную лексику («товарищ паразит», «бедолага», «лахудра» и другие) и т.д. Таким образом, создается яркое образное повествование, воспринимающееся слушателем/читателем скорее как одна из историй барона Мюнхаузена, чем как «свидетельское показание».

Кроме того, М.А. Бородин [2] в ходе исследования разных произведений, написанных в жанре записок («Записки сумасшедшего» Н.В. Гоголя, «Записки охотника» И.С. Тургенева, «Записки их мертвого дома» и «Записки из подполья» Ф.М. Достоевского, «Записки врача» В.В. Вересаева, «Записки юного врача» М.А. Булгакова и др.) была определена профессиональная (записки... студента, врача, путешественника и др.) и иная направленность, заявленная в названиях записок, что в свою очередь позволило выявить две закономерные тенденции: называние того, кто их написал (записки кого) или указание на то, где они были написаны (записки из...).

Так, стихотворения Якова Паламахтерова можно отнести к первой группе текстов, так обозначены они как записки Запойного Охотника. Данное название может быть рассмотрено двояко. С одной стороны, охотник – это «человек, который занимается охотой; любитель охотиться; тот, кто охотится» [12, С. 486].

С другой стороны, благодаря определению «запойный» актуализируется значение «имеющий пристрастие к чему-либо, любитель»: «Есть Запойный Охотник, заводной в миру бузотер, мужик правильный – жаждой неугасимой, удалью исключительной до кимрских кожаных слюз включительно пресловут» [9, С. 84]. В одной из «Записок» Запойный Охотник говорит о себе: «охотился взапой / И запивал в охотку» [9, С. 180]; здесь оба смысла уравнены,

однако недаром словосочетание «Запойный Охотник» постепенно сменяется просто словом «Запойный»: герой не столько ходит на охоту, сколько пьет и занимается литературным творчеством: «Пишет нечто, листает» [9, С. 84].

Еще одной яркой чертой рассматриваемых «записок» является их явная интертекстуальность. Если пользоваться классификацией Ж. Женетта, то поэтические главы из романа «Между собакой и волком» построены по принципу гипертекстуальности, когда каждое стихотворение является комментарием, ссылкой на другой предтекст, элементом его «эстетической критики», построенной по принципу иронической стилизации. Как отмечает Е.П.Воробьева, «за каждым жанром и метром стихов Запойного стоит определенная литературная традиция, что обеспечивает мощный интертекстуальный фон поэтических глав» [3, С. 101].

Дж. Смит [8] выделяет три стилистических приема, пародийная ориентация на которые организует целое поэтических глав. Первый – это стиль фольклорного стиха, особенно заговоров, заклинаний (Записки XI, XIII, XXVIII, XXXV).

Второй прием – ориентация на детскую поэзию (XII, XXIX), восходящую помимо фольклорного, еще и к литературному источнику – поэзии обэриутов и В.Хлебникова.

Третий – обращение к традиции «изящной поэзии» пушкинского времени. Глубокий анализ пушкинских аллюзий представлен в работах И.В.Ащеуловой, Е.П. Воробьевой. Они отмечают также интертекстуальные переключки со стихотворениями Н.А. Некрасова, а также русской охотничьей прозой (в частности, с «Записками охотника» И.С. Тургенева).

Заключение

Таким образом, поэтические «записки», представленные в романе Саши Соколова «Между собакой и волком», являют собой «перепевы» литературных мотивов, представленных в сниженном травестийном виде. Именно поэтому главный герой Яков Паламахтеров дает собственные «жанровые имена» многим своим стихотворениям, ориентируясь на классические образцы: баллада, впечатление, эпитафия, эклога, портрет и даже «венки записок». Жанровая форма организует, оформляет стихийный «речевой поток», в котором объединяются как голос героя, так и многочисленные чужие голоса (Пушкина, Тургенева, Некрасов, Пастернака, Хлебникова, Бродского и др.). А травестийное снижение достигается через столкновение «большой культуры» с народной речью, бытовым сознанием. Такая «свобода от речевых норм, сложившейся речевой иерархии» [1, С. 98] – важный компонент карнавальной традиции (М.М. Бахтин). Философия карнавальности предполагает невозможность последнего слова о мире, принципиальную незавершенность и незавершимость истины. Не случайно сам писатель определял свой роман как текст «о непрерывности человеческого существования, о его замкнутости» [9, С. 198].

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

- Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. 2-е изд. М.: Искусство, 1986. 445 с.
- Бородина М.А. Ранняя проза В.В. Вересаева в литературном контексте журнала «Мир Божий» / М.А. Бородина: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2008. 24 с.
- Воробьева Е.П. Литературная рефлексия в русской постмодернистской прозе. А. Битов, Саша Соколов, В. Пелевин / Е.П. Воробьева: дисс... канд. филол. наук. Барнаул, 2004. 157 с.
- Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики: Учебное пособие. М.: Прогресс, 2004. 320 с.
- Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4т.- М.: Прогресс: Универс, 1994. Т. 1. 879 с.
- Лейбов Р. Русские мемуары в историко-типологическом освещении: к постановке проблемы / Р. Лейбов, М. Боровикова, Т. Гузаиров и др. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.ruthenia.ru/document/418856.html> (дата обращения: 06.05.2021)
- Лихачев Д.С. Историческая поэтика русской литературы: Смех как мировоззрение и другие работы / Д.С. Лихачев. СПб.: Алетейя, 1999. 508 с.
- Смит Дж. Стихи в романе Саши Соколова «Между собакой и волком» // Смит Дж. Взгляд извне: Статьи о русской поэзии и поэтике. М.: Языки славянской культуры, 2002. С. 357-373.
- Соколов С. Между собакой и волком / С. Соколов: Роман. СПб.: «Симпозиум», 2001.
- Соколов С. «Время для частных бесед...»: Беседа писателя и критика В. Ерофеева с писателем, живущим в США, С.Соколовым / С. Соколов, В. Ерофеев ; Подготовка к печати и примеч. О. Дарка // Октябрь. 1989. № 8. С. 195-202.
- Потапов В. Очарованный точильщик / В. Потапов // Волга. 1989. № 9. С. 103-107.
- Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. 4-е изд., дополненное. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
- Останин Б. Словарь к повести Саши Соколова «Между собакой и волком» / Б. Останин ; сост. Б. Мартынов. СПб.: Пальмира, 2020. 98 с.
- Фарино Е. Введение в литературоведение / Е. Фарино. М.: Изд-во РГПУ им. Герцена, 2004. 816 с.
- Яблоков Е.А. Нашел я начало дороги отсюда – туда (О мотивной структуре романа Саши Соколова «Между собакой и волком») / Е.А. Яблоков // Проблемы изучения литературного пародирования. Межвузовский сборник научных статей / Самарский государственный университет / Ред.- сост. Н.Т. Рымарь, В.П. Скобелев. Самара: Слово, 1996. С. 202–214.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Bakhtin M. M. *Eshetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of verbal creativity] / M. M. Bakhtin. 2nd edition. Moscow: Iskustvo, 1986. 445 p. [in Russian]
2. Borodina M. A. *Rannjaja proza V.V. Veresaeva v literaturnom kontekste zhurnala «Mir Bozhij»* [Early prose of V. V. Veresaev in the literary context of the magazine "Mir Bozhy"] / M. A. Borodina: extended abstract of Candidate's thesis. Philological Sciences. Tver, 2008. 24 p. [in Russian]
3. Vorobyova E. P. *Literaturnaja refleksija v russkoj postmodernistskoj proze* [Literary reflection in Russian postmodern prose] / A. Bitov, Sasha Sokolov, V. Pelevin: extended abstract of Candidate's thesis. Philology. Barnaul, 2004. 157 p. [in Russian]
4. Gorelov I. N. *Osnovy psikholingvistiki: Uchebnoe posobie* [Fundamentals of psycholinguistics: a manual] / I. N. Gorelov, K. F. Sedov. Moscow: Progress, 2004. 320 p. [in Russian]
5. Dal V. I. *Tolkovyj slovar' zhivogo velikorusskogo jazyka*: [Explanatory dictionary of the living Great Russian language: In 4 volumes] / V. I. Dal - M.: Progress: Univers, 1994. Vol. 1. 879 p. [in Russian]
6. Leibov R. *Russkie memuary v istoriko-tipologicheskom osveshhenii: k postanovke problemy* [Russian memoirs in historical and typological coverage: towards the formulation of the problem] [Electronic resource] / R. Leibov, M. Borovikova, T. Guzairov, et al. / URL: <http://www.ruthenia.ru/document/418856.html> (accessed: 06.05.2021) [in Russian]
7. Likhachev D. S. *Istoricheskaja poetika russkoj literatury: Smekh kak mirovozzrenie i drugie raboty* [Historical poetics of Russian literature: Laughter as a worldview and other works] / D. S. Likhachev. Saint Petersburg: Aleteya, 1999. 508 p. [in Russian]
8. Smith J. *Stikhi v romane Sashi Sokolova «Mezhdu sobakoj i volkom»* [Poems in the novel by Sasha Sokolov "Between dog and wolf"] / Smith J. // *Vzgljad izvne: Stat'i o russkoj poezii i poehtike* [An outside View: Articles about Russian poetry and poetics]. Moscow: Languages of Slavic culture, 2002, pp. 357-373 [in Russian]
9. Sokolov Sasha. *Mezhdu sobakoj i volkom: Roman* [Between dog and wolf: A novel] / Sasha Sokolov. St. Petersburg: "Simpozium", 2001 [in Russian]
10. Sokolov S. *«Vremja dlja chastykh besed...»: Beseda pisatelja i kritika V. Erofeeva s pisatelem, zhivushhim v SShA, S.Sokolovym* ["Time for private conversations...": Conversation of the writer and critic V. Erofeeva with a writer living in the USA, S. Sokolov] / S. Sokolov, V. Erofeev, Preface by O. Dark] // *October*. 1989. № 8, pp. 195-202 [in Russian]
11. Potapov V. *Ocharovanny tohilshchik* [The enchanted grinder] / V. Potapov // *Volga*. 1989. № 9, pp. 103-107 [in Russian]
12. Ozhegov S. I. *Tolkovyj slovar' russkogo jazyka: 80 000 slov i frazeologicheskikh vyrazhenij* [Explanatory dictionary of the Russian language: 80,000 words and phraseological expressions] / S. I. Ozhegov, N. Yu. Shvedova // Russian Academy of Sciences. Institute of the Russian Language. 4th edition, expanded. Moscow: Azbukovnik, 1999. 944 p. [in Russian]
13. Ostanin B. *Slovar' k povesti Sashi Sokolova «Mezhdu sobakoj i volkom»* [Dictionary for the story of Sasha Sokolov "Between dog and wolf"] / B. Ostanin. Compiled by B. Martynov. Saint Petersburg: Palmyra, 2020. 98 p. [in Russian]
14. Farino E. *Vvedenie v literaturovedenie* [Introduction to literary criticism] / E. Farino. Moscow: Publishing house of RSPU, 2004. 816 p. [in Russian]
15. Yablokov E. A. *«Nashel ja nachalo dorogi otsjuda – tuda» (O motivnoj strukture romana Sashi Sokolova «Mezhdu sobakoj i volkom») «Nashel ja nachalo dorogi otsjuda – tuda» (O motivnoj strukture romana Sashi Sokolova «Mezhdu sobakoj i volkom») ["I found the beginning of the road from here to there" (On the motive structure of Sasha Sokolov's novel "Between Dog and Wolf")]* / E. A. Yablokov // *Problemy izuchenija literaturnogo parodirovanija. Mezhvuzovskij sbornik nauchnykh statej* [Issues of studying literary parody. Interuniversity collection of scientific articles] / Samara State University, [Ed.- comp. N. T. Ryamar, V. P. Skobelev]. Samara: Slovo, 1996, pp. 202-214 [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.128>СЕМАНТИЧЕСКАЯ И ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА НЕОЛОГИЗМОВ
КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Научная статья

Хуснуллина Ю.А.*

ORCID: 0000-0001-6372-4645,

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия

* Корреспондирующий автор (y.husnullina[at]mail.ru)

Аннотация

Статья посвящена исследованию англоязычных неологизмов компьютерно-опосредованной коммуникации. Цель работы заключается в определении семантических и типологических особенностей новых лексических единиц. В качестве практического материала выступили неологизмы, полученные методом целенаправленной выборки. В результате исследования было выявлено, что неологизмы представлены достаточно разнообразными типологическими группами (неолексемы, неофраземы и неосемемы). Анализ корпуса фактического материала позволил определить наиболее многочисленные лексико-семантические группы неологизмов. Практическое применение и теоретическую значимость данное исследование может иметь при составлении лекционных курсов по лексикологии, теории дискурса, социолингвистике.

Ключевые слова: англоязычный неологизм, типология, семантическое поле, компьютерно-опосредованная коммуникация.

SEMANTIC AND TYPOLOGICAL SPECIFICS OF NEOLOGISMS
OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION

Research article

Khusnullina Yu.A.*

ORCID: 0000-0001-6372-4645,

Povolzhskiy State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia

* Corresponding author (y.husnullina[at]mail.ru)

Abstract

The article explores English-language neologisms of computer-mediated communication. The aim of the research is to determine the semantic and typological features of new lexical units. The neologisms obtained by the method of targeted sampling were used as practical material. The study determines that neologisms are represented by quite diverse typological groups (neolexemes, neophrasemes and neosemes). An analysis of the corpus of factual material allowed for determining the most numerous lexical and semantic groups of neologisms. The practical application of the research and its theoretical significance lies in compiling lecture courses on lexicology, discourse theory, sociolinguistics.

Keywords: English-language neologism, typology, semantic field, computer-mediated communication.

Введение

Стремительно развивающаяся сфера компьютерно-опосредованной коммуникации отличается многообразием неологизмов, непрерывно обновляющих как форму, так и качественные составляющие содержания коммуникации. Согласно И.В. Арнольд, «неологизмы – это новые слова или словосочетания, а также новые значения, появившиеся у существующих слов, или даже слова, заимствованные из других языков» [1, С. 157]. Новые лексические единицы обозначают инновационные достижения и изобретения, способы общения и типы поведения коммуникантов в процессе их взаимодействия в инфокоммуникационной среде. Благодаря широкому распространению, повсеместности и общедоступности компьютерных технологий неологизмы выбранного макро поля исследования динамично развиваются и закрепляются в речи пользователей информационной сети, переходят в разряд общеупотребительной лексики и, тем самым, обогащают общий лексический фонд языка. Войдя в широкий обиход, неологизм теряет строгую специализацию инфокоммуникационных технологий и, вероятно, теснит свой ранее существовавший синоним. «Научные открытия как бы выделяют слово, позволяя ему входить почти в любую сферу языка, без особых стилистических ограничений» [2, С. 69]. Способ, условия, причины и цели создания новых слов определяют разновидности неологизмов. Проблемой типологии и классификации неологизмов занимались отечественные лингвисты Н.С. Валгина, Д.Э. Розенталь, М.И. Фомина [3], Н.З. Котелова [4], Н.Ф. Алефиренко [5], С.И. Алаторцева [6], В.И. Заботкина [7].

Типы неологизмов компьютерно-опосредованной коммуникации

Проведенное исследование типологической специфики неологизмов глобальной информационной системы позволяет выделить следующие группы новых лексических единиц. По способу появления отмечается неолексема *Googleganger* (другой пользователь с тем же именем, что и ваше, чьи записи и/или истории смешиваются с вашими собственными, когда вы сами «проверяете себя» в системе Google), где второй компонент представляет собой заимствованное из немецкого языка выражение *Doppelganger* (с нем. «кто-то, кто выглядит точно так же, как и другой человек, но не его близнец»). Несмотря на то, что следующая неолексема *KonMari for your Digital Life* включает главный компонент японского происхождения (*KonMari* < *Marie Kondo* – имя японской писательницы, которая в 2011 г. опубликовала свою первую книгу об организации домашнего быта), неологизм относится к внутриязыковому

заимствованию, поскольку в глобальную информационную систему лексема перешла из общеупотребительной лексики (*the KonMari Method* – система наведения порядка духовной и практической составляющей в доме).

Примерами внутриязыковых заимствований можно назвать неолексемы *content farm*, *content mill*, *McDonald's Internet*, обладающие метафорической образностью. Появление неологизма *Blackberry Thumb* зафиксировано в неформальной коммуникации медиков, часто сталкивающихся с новым синдромом – заболеванием большого пальца у пациентов, чрезмерно использующих портативные беспроводные коммуникаторы. Первый компонент лексемы *BlackBerry* был использован для обозначения нового заболевания, поскольку первые популярные коммуникаторы в Америке были именно данной одноименной марки. Приведем еще одну неолексему *Fat finger syndrome*. Изначально, медицинский термин означал заболевание, вызванное переизданием. Однако после заимствования в компьютерно-опосредованную коммуникацию неологизм получил новое значение и стал обозначать синдром усталости и лени, вследствие чего человек не концентрируется на наборе текста и допускает неловкие опечатки. На основании обновленного значения данный неологизм справедливо отнести также в группу семантических неологизмов или неосемем. По способу появления следующая лексическая единица *SuperCancer* может быть отнесена одновременно во все три группы (неолексема, неофразама, неосемема), поскольку обладает идиоматичностью, является внутриязыковым заимствованием из медицинской терминологии (мед. «смертельный штамм рака с неизбежным фатальным исходом») и при-обретает новое значение («Интернет»), функционируя в глобальной информационной системе.

Следующий неологизм *Mouse potato* справедливо отнести сразу в две типологические группы. Будучи результатом внутриязыкового заимствования от *couch potato*, неологизм представляет собой неолексему. А по содержанию является наглядным примером идиомы, тем самым неологизм может быть причислен к классу неофразем. К последней группе также относятся идиоматические неологизмы *Net Lizard* (букв. «интернет ящерица», в реальном значении – женщина, которая ищет мужчину в интернете), *Internet widower* (букв. «интернет вдовец», в реальном значении – кто-то, чей супруг полностью погружен в интернет-среду), *Internet White Knight* (белый рыцарь интернета – защитник слабой стороны в интернет-дискуссиях), *virtual sweatshops* (виртуальные потогонные цеха), *potato* (букв. «картофель», в реальном значении – 1) юмористическое самоописание, 2) недостаточно умный человек; 3) аппаратное обеспечение низкого качества), *mosquito* (букв. «комар», в реальном значении – назойливо вмешивающийся в групповые разговоры человек, раздражающий свою потенциальную «жертву»), *cyber Cyrano* (букв. «Сирано – персонаж, помогающий другому персонажу в любви», в реальном значении – человек, оплачивающий чей-то профиль знакомств в интернете, чтобы сделать свой поиск партнера более успешным).

Идиоматичность встречается не только в неологизмах, характеризующих тип пользователей инфокоммуникационными технологиями. Сбой в работе компьютера по причине несанкционированных подключений именуется *Internet Bats* (букв. «летучие мыши Интернета»). Места, в которых блокируются Интернет-сигналы, называют *black-hole resort* (букв. «черная дыра»). *Butler lie* (букв. «ложь слуги, дворецкого») – лукавое вежливое прекращение переписки (электронная почта, мессенджеры) или телефонного разговора. *Iceberg tweeting* – разновидность отображения только начала публикации в социальной сети коротких сообщений (букв. «надводная часть айсберга»).

По степени новизны неологизмы принято делить на истинные (абсолютные, сильные) и ложные (относительные, слабые). Основную часть фактического материала исследования представляют истинные неологизмы новых понятий и явлений компьютерно-опосредованной коммуникации. Лингвистический интерес вызывают ложные неологизмы, поскольку их число априори меньше общего объема изученных лексических единиц. Новое слово *Bacn* («низкоприоритетная электронная почта») относится к группе ложных неологизмов, поскольку впервые было создано участниками конференции PodCamp Pittsburgh 2, состоявшейся в 20х числах августа 2007 года. А пик активности его функционирования пришелся на 2012 и 2020 годы. Неологизм *Thiefing* («кража интернет-сервисов») зафиксирован в 2007 г., однако частотность его употребления отмечается в 2016 г. Прилагательное *Googleable* (2004) активно используется с 2012 по 2017 гг. Неологизм *slowding* (2007) получил особую популярность в 2018 году и продолжает функционировать по настоящее время.

По отношению формы и содержания основная доля исследуемых новых лексических единиц является собственно неологизмами на том основании, что они обладают новой формой и содержанием. Однако отмечается семантическая инновация. Появление нового слова *Blook* («книга, основанная на материале из веб-блога») датируется 2012 г., а частотность его употребления отмечена в 2016-2017 гг. Особая популярность неологизма достигнута в 2020 г., после того как к старой форме добавилось новое значение: *Blook* – книга, настолько толстая и тяжелая, что ее можно назвать кирпичом. Данный неологизм построен семантическим словообразовательным способом путем расширения значения.

Лексико-семантические группы неологизмов компьютерно-опосредованной коммуникации

Практическая часть исследования выполнена с использованием метода целенаправленной выборки, сопровождающегося приемами компонентного и количественного анализа. В ходе работы было выявлено пропорциональное и процентное соотношение анализируемых лексических единиц. Корпус неологизмов обозначенного поля исследования составил 538 лексических единиц, источником послужил ряд современных онлайн-словарей [8], [9], [10]. Неологизмы глобальной информационной системы были условно распределены по семантическим полям. В результате отмечено некоторое преимущество неологизмов, описывающих типы пользователей и характер их поведения в рамках компьютерно-опосредованной коммуникации (20%). Следующую по многочисленности группу составляют неологизмы, относящиеся к категории основных понятий глобальной информационной системы и деятельности коммуникантов (16%). Далее отмечены неологизмы, имеющие отношение к наиболее популярным социальным сетям (15%). В связи с достаточно существенным количеством, в отдельную группу выделены неологизмы, обозначающие разновидности публикаций и прочих сообщений компьютерно-опосредованной коммуникации (13%). Немного им уступают в количественном соотношении неологизмы,

характеризующие болезни, связанные с использованием инфокоммуникационных технологий, и психологические состояния коммуникантов (11%). Неологизмы, обозначающие разновидности размещенных в сети фотографий, также составляют некоторую долю новых лексических единиц (9%). Небольшое число неологизмов отмечается при описании несанкционированных действий, осуществляемых при помощи инфокоммуникационных технологий (7%). Остальные группы неологизмов продемонстрировали наименьшее количественное значение (менее 4%). К ним относятся неологизмы, обозначающие: взаимоотношения участников компьютерно-опосредованной коммуникации; взаимодействие и негативное влияние пользователей друг на друга; психологические состояния коммуникантов и болезни, связанные с использованием инфокоммуникационных технологий; свойства приватности пользователей компьютерных устройств; использование хэштегов и ссылок. Такая немногочисленность позволяет сделать вывод о том, что их семантическое поле менее подвержено влиянию процесса словообразования.

Заключение

Особая роль инфокоммуникационных технологий и их активное применение как специфических интерактивных средств социального взаимодействия в глобальной сети Интернет объясняют выбор английских неологизмов в качестве фактического материала как наглядного состояния развития лексической системы. Неологизмы компьютерно-опосредованной коммуникации представлены различными типологическими и лексико-семантическими группами. Перспективы исследования видятся в детальном изучении неологизмов глобальной информационной сети с лингвокультурологических, прагматических и когнитивных позиций.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка / И.В. Арнольд. – М.: Просвещение, 1990. – 300 с.
2. Брагина А.А. Неологизмы в русском языке / А.А. Брагина. – М.: Просвещение, 1973. – 224 с.
3. Валгина Н.С. Современный русский язык: Учебник / Н.С. Валгина, Д.Э. Розенталь, М.И. Фомина. 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Логос, 2002. – 528 с.
4. Котелова Н.З. Избранные работы / Н.З. Котелова. Российская академия наук; Институт лингвистических исследований. – СПб.: Нестор-История, 2015. – 276 с.
5. Алефиренко Н.Ф. Фразеология и паремология: Учебное пособие для бакалаврского уровня филологического образования / Н.Ф. Алефиренко, Н.Н. Семенов. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 344 с.
6. Алаторцева С.И. Проблемы неологии и русская неография: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 – русский язык, защищена: 14.05.1999 / С.И. Алаторцева. СПб.: Рос. акад. наук, 1998. – 317 с.
7. Заботкина В.И. Новая лексика / В.И. Заботкина – 56 с. [Электронный ресурс] URL: <https://docplayer.ru/26351724-Zabotkina-novaya-leksika.html> (дата обращения: 07.08.2021).
8. Cambridge Dictionary / Cambridge University Press 2021. [Electronic resource] URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/> (accessed: 07.08.2021).
9. Macmillan Dictionary. Free English Dictionary and Thesaurus. [Electronic resource] URL: <https://www.macmillandictionary.com/> (accessed: 07.08.2021).
10. Urban Dictionary / 1999-2021 Urban Dictionary. [Electronic resource] URL: <https://www.urbandictionary.com> (accessed: 07.08.2021).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Arnol'd I.V. Stilistika sovremennogo anglijskogo jazyka [Modern English stylistics] / I.V. Arnol'd. – М.: Prosveshhenie, 1990. – 300 p. [in Russian]
2. Bragina A.A. Neologizmy v russkom jazyke [Neologisms in the Russian language] / A.A. Bragina. – М.: Prosveshhenie, 1973. – 224 p. [in Russian]
3. Valgina N.S., Rozental' D.Je., Fomina M.I. Sovremennyy russkij jazyk: Uchebnik [Modern Russian language] / N.S. Valgina, D.Je. Rozental', M.I. Fomina. 6-th ed. - М.: Logos, 2002. – 528 p. [in Russian]
4. Kotelova N.Z. Izbrannye raboty [Selected studies] / N.Z. Kotelova. Rossijskaja akademija nauk; Institut lingvisticheskikh issledovanij. – SPb.: Nestor-Istorija, 2015. – 276 p. [in Russian]
5. Alefirenko N.F. Frazelogija i paremiologija: Uchebnoe posobie dlja bakalavrskogo urovnja filologicheskogo obrazovanija [Phraseology and paremiology: A textbook for the Bachelor's degree in philological education] / N.F. Alefirenko, N.N. Semenenko. – М.: Flinta: Nauka, 2009. – 344 p. [in Russian]
6. Alatorceva S.I. Problemy neologii i russkaja neografija [Problems of Neology and Russian Neography]: dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.01 – russkij jazyk / S.I. Alatorceva. SPb.: Ros. akad. nauk, 1998. – 317 p. [in Russian]
7. Zabotkina V.I. Novaja leksika [New words] / V.I. Zabotkina – 56 p. [Electronic resource] URL: <https://docplayer.ru/26351724-Zabotkina-novaya-leksika.html> (accessed: 07.08.2021). [in Russian]
8. Cambridge Dictionary / Cambridge University Press 2021. [Electronic resource] URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/> (accessed: 07.08.2021).
9. Macmillan Dictionary. Free English Dictionary and Thesaurus. [Electronic resource] URL: <https://www.macmillandictionary.com/>
10. Urban Dictionary / 1999-2021 Urban Dictionary. [Electronic resource] URL: <https://www.urbandictionary.com> (accessed: 07.08.2021).

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.129>

ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЕ МОТИВЫ ЛЮБВИ И ОДИНОЧЕСТВА В РАССКАЗЕ М.Л. КАШНИЦ «ОДНАЖДЫ В ПОЛДЕНЬ, В СЕРЕДИНЕ ИЮНЯ»

Научная статья

Яцевич О.Е.¹, Юдашкина В.В.^{2,*}, Вертянкина Н.В.³, Нурпеисова Г.Г.⁴

¹ ORCID: 0000-0001-7971-6826;

² ORCID: 0000-0003-2147-3053;

^{1, 2, 4} Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия;

³ Тюменское высшее военно-инженерное командное училище имени Маршала инженерных войск А.И. Прошлякова, Тюмень, Россия

* Корреспондирующий автор (brentano[at]yandex.ru)

Аннотация

В статье анализируются экзистенциальные мотивы любви и одиночества в рассказе немецкой новеллистки Марии Луизы Кашниц «Однажды в полдень, в середине июня»/«Eines Tages, Mitte Juni». Герменевтический подход, который использовали авторы, позволяет толковать произведение через призму мифологических архетипических сюжетов, позволяющих установить параллельные связи между мифическими героями и действующими лицами произведения, что позволяет интерпретировать новеллу с другой точки зрения, ранее не исследованной литературоведами.

Ключевые слова: короткий рассказ, контекст, миф, экзистенциальный, новелла, М.Л. Кашниц.

EXISTENTIAL MOTIVES OF LOVE AND LONELINESS IN MARIE LUISE KASCHNITZ'S "ONE AFTERNOON, IN THE MIDDLE OF JUNE"

Research article

Yatsevich O.E.¹, Yudashkina V.V.^{2,*}, Vertyankina N.V.³, Nurpeisova G.G.⁴

¹ ORCID: 0000-0001-7971-6826;

² ORCID: 0000-0003-2147-3053;

^{1, 2, 4} Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia;

³ Tyumen Higher Military Engineering Command School named after Marshal of the Engineering Troops Alexey Proshlyakov, Tyumen, Russia Proshlyakova, Tyumen, Russia

* Corresponding author (brentano[at]yandex.ru)

Abstract

The article analyzes the existential motives of love and loneliness in the short story by the German writer Maria Luisa Kashnitz "Once at Noon, in the Middle of June" / "Eines Tages, Mitte Juni". The hermeneutical approach used by the authors allows for interpreting the work through the lens of mythological archetypal plots that help establish parallel connections between the mythical heroes and the characters of the work, which allows for interpreting the novel from a different point of view that has not been previously studied by literary critics.

Keywords: short story, context, myth, existential, short story, M. L. Kashnitz.

Введение

Мария Луиза Кашниц-Вайнберг (1901-1974) – известная немецкая писательница-эссеистка, известна своими короткими рассказами автобиографического содержания, поднимающими ряд экзистенциальных мотивов, связанных с переживаниями из детства, проблемами «отцов и детей», браком, материнством, взрослением, любовью, одиночеством и смертью.

Новелла М.Л. Кашниц «Eines Tages, Mitte Juni»/ «Однажды в полдень, в середине июня» [8, С. 3-10] представляет собой автобиографическое воспоминание, наполненное мыслями и чувствами об умершем супруге писательницы. Со своим будущим мужем Guido Weinberg (1890-1958) автор печатного слова познакомилась в 1924 году, на следующий год молодые люди оформили официальный брак и оба стали носить двойную фамилию – Kaschnitz Weinberg. В 1928 году у пары на свет появилась единственная дочь – Iris Constanza Schnebel Kaschnitz /Ирис Констанца Шнебель Кашниц (1928-2014), известная переводчица с итальянского языка.

Избранник новеллистки был известным австрийским архитектором, поэтому супруги много путешествовали. Излюбленным местом их проживания всегда были Италия и Франция, к которым писательница питала особые чувства, точно описывая в своих рассказах те места, где они останавливались [6].

Основная часть

Анализируемый рассказ был написан М.Л. Кашниц в 1966 году после нескольких лет глубокого душевного кризиса, связанного с кончиной её супруга (1958), когда из-под её пера не выходило практически ничего, а написанные после этого произведения имеют дневниковую форму с указанием дней недели, конкретных дат, мест [3], [5].

В миниатюре «Однажды в полдень, в середине июня» протагонистом предстаёт сама писательница, что не характерно для её новелл, поскольку в большинстве из них она выступает в обезличенном образе, что можно было наблюдать во многих рассказах автора («Eisbären», «das dicke Kind», «Gespenster» и др.) [1], [2]. Действие разыгрывается на исходе лета, после двухмесячного отсутствия Кашниц в родном городе. Отъезд был необходим писательнице, для того, чтобы отвлечься от потери второй половины, поскольку всё в их квартире напоминало об

умершем муже. («Die Dinge begrüßen einenander anders als die Menschen») / «Вещи приветствуют тебя совсем иначе, не так, как люди»).

По возвращении писательницы её встречают взволнованные соседи с новостью о том, что она безвременно скончалась («Wissen Sie auch, dass Sie gestorben sind?» / «Вам уже также известно о том, что Вы уже умерли?»). Из повествования взволнованной соседки читатель узнаёт, что в полдень, в середине июня, около двух месяцев назад, явилась незнакомка, звонившая и стучавшая во все двери и кричавшая, что Кашниц умерла. По внешним чертам Фрау Тайхман (соседка) идентифицировала незнакомую женщину как иностранку. Сама Кашниц решила, что это была, скорее всего, итальянка [7].

Незнакомка потребовала от соседки ключи от квартиры Кашниц, объявив, что у той никого нет, следовательно, она может взять ключи и распоряжаться её вещами, и о кончине Кашниц уполномочена объявить тоже она. Соседям ситуация показалась неправдоподобной, поскольку у Кашниц было очень много знакомых и родственников, и двери были открыты для посетителей, и почтовый ящик был всегда доверху набит корреспонденцией. Даже если бы у Марии не было родственников, то она давно живет в этом доме и знает абсолютно всех жильцов, во время бомбёжки они часто проводили ночи напролёт в подвале. Но она не была одинокой, у неё была взрослая дочь, предстающая в истории под именем Констанца. Поэтому чужестранке не дали ключи, ей не поверили.

При этом мы понимаем, что ни дочь, ни родственники, ни соседи, ни друзья, к сожалению, не смогли восполнить безвременной утраты её второй половины. Кашниц очень одинока и несчастна. Места, описываемые мастером короткого слова, словно в голос кричат о горячо любимом муже («Die Häuser sind ganz klein, darübersteigt der Wald auf, noch darüber die Felsen, das Haupt der Circe, im Schmerz zurückgeborgen und versteint») / «Дома совершенно маленькие, а над ними возвышается лес, а над лесом скалы, голова Цирцеи склонилась от боли и закаменела»). Побережье мыса Цирцеи было излюбленным местом отдыха четы Кашниц-Вайнберг и оно неслучайно упомянуто в контексте этой истории. Кашниц олицетворяет себя с мифической волшебницей Цирцеей, а своего супруга с Одиссеем, которым не удалось остаться вместе, несмотря на то, что Цирцея использовала ряд магических ритуалов, которые остались бессильными и Одиссей, в конце концов, покинул её. Даже волшебницам не всё под силу, она не может удержать своего возлюбленного, поскольку, «кто хочет уйти, тот уходит, ..., кто должен умереть, то умирает» / «wer fort will, geht fort, ..., und wer sterben muss, stirbt». Она называет себя «бедной, никчёмной волшебницей» («Armselige Zauberin, Nichtskonnerin»). По легенде Одиссей ушёл в Итаку и там погиб. Храбрый Одиссей погиб, но память о нём осталась, навеки запечатлена в природном ландшафте в виде утёса, который напоминал автору о печальной легенде и её собственном супруге.

Кашниц в своих воспоминаниях часто сама себя упрекала за то, что всё своё внимание она направляла на супруга, ревнуя его к другим женщинам, а дочке уделялось недостаточно внимания, но именно дочь в этом рассказе является тем связующим звеном между ней и её мужем, которое заставляет её жить дальше. Да, она всё ещё носит траур по мужу («meine schwarzen Kleider», «schwarze Strümpfe, schwarze Schuhe») / «мои чёрные платья, чёрные чулки, чёрные туфли»), но мысль о Констанце даёт ей некоторые силы и она оставляет мысль о самоубийстве, которое запланировала на 18 июня, сделав запись в дневнике со словами: «Trinken, Ertrinken, Orfeo» / «напиться, захлебнуться (утонуть), Орфей». Дневниковые заметки были зашифрованы мифологическими мотивами. Новеллистка умело вплетает в своё повествование не только трансцендентность, которая позволяет посмотреть на ситуацию с другой точки зрения, откинув свой собственный опыт и чувства, но и трансгрессию, способную перенести мысли главной героини в иную бытийную плоскость, на что указывает отсылка к мифологическим мотивам, которые повествуют о нежной и верной любви [4].

История любви Орфея и Эвридики описывается в мифологии как последовательность трагических событий о вечной любви, где разлука смертью временна, поскольку она не сможет длиться долго, любящие сердца смогут воссоединиться и больше не расстанутся никогда.

Фигура Орфея часто используется для акцентуализации экзистенциальных мотивов: любовь, творчество, одиночество, взросление, потеря близких людей. Произведение «Однажды в полдень, в середине июня» видится нам как экзистенциальное, нацеленное на осознание проблем и нахождение верного пути для гармоничного существования [3].

Кашниц, как и Орфей, тоже хотела совершить самоубийство для того чтобы поскорее оказаться со своим супругом, но игра дочери на флейте остановила её от принятия столь поспешного и необдуманного решения. («diese geheimnisvolle Flötenstimme, dieser Ruf des Lebens, der mich übers Wasser reißt und über dem Wasser halt») / «этот таинственный звук флейты, этот крик жизни, что вытаскивает меня из воды и держит над ней»). Несмотря на потерю мужа, жизнь не бессмысленна, как ей казалось раньше, она не одинока, есть Констанца, которая является не только частичкой её собственной плоти и крови, но и её умершего супруга.

Мысли о дочери заставили её отказаться от самоубийства и упоминание о дочери заставило смириться и уйти прочь чужестранку – («warum die Frau, die mich tot gesagt hat, schließlich fort gegangen ist?» / «почему женщина, которая объявила меня мёртвой, в конце концов ушла?»). «Jemand hat von Ihrer Tochter gesprochen. Da hat sie es aufgegeben und ist fort» / «Кто-то упомянул о вашей дочери. Тогда она сдалась и ушла»).

Можно предположить, что чужестранка олицетворяла в данном рассказе смерть, которой пришлось отступить, так как у писательницы было ради кого жить, у неё была дочь, которая показывает трепетное отношение и заботу о матери, которую автор не замечала, пока не овдовела.

Заключение

Кашниц умело пользуется мифологическими мотивами, более пристальный анализ которых даёт читателю возможность глубже понять внутренний мир главных героев рассказа, их переживания, мысли, стремления. Многие переломные моменты в жизни действующих лиц позволяют пересмотреть кризисные ситуации, найти в себе

внутренние силы и продолжать жить дальше, обретая новые ценности и смыслы, принимая ситуацию и определяя своё достойное место в ней.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Яцевич О. Е. Эвфемистические мотивы в рассказе М.Л. Кашниц «Призраки» / О.Е. Яцевич, В.В.Юдашкина, А.Н. Соколов // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. – 2021. – №04/2. – С. 205– 207 DOI 10.37882/2223-2982.2021.04-2.41
2. Яцевич О.Е. Мотивы инициации в произведении М.Л. Кашниц «Das Dicke Kind» / О.Е. Яцевич, В.В. Юдашкина, А.Н. Соколов // Глобальный научный потенциал. – 2021. – № 5(122). – С. 170-175.
3. Гуревич Р.В. Проза Марии Луизы Кашниц / Р.В.Гуревич // Известия Смоленского государственного университета. – 2012. – №2 (18). – С. 155-161.
4. Кудинова В. И. Поле бытийности в прозе М. Л. Кашниц / В.И. Кудинова // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. – 2010. – №2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pole-bytiynosti-v-proze-m-l-kashnits> (дата обращения: 04.06.2021).
5. Петешова О. В. Специфика языковой репрезентации картины мира диариста-профессионального писателя / О.В. Петешова // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. – 2009. – №2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-yazykovoy-reprezentatsii-kartiny-mira-diarista-professionalnogo-pisatelya> (дата обращения: 04.06.2021).
6. Ефименко Е.А. Особенности организации пространства в немецкой малой прозе второй половины XX век / Е.А. Ефименко // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. - 2017. - №6(777). [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/Wikof> (дата обращения: 04.06.2021).
7. Иванченко Т. А. Исследование языковых средств, выражающих неопределенную референцию лица, в художественном тексте / Т.А. Иванченко, А.М. Ариас // Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики. - 2016. - №1 (53). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-yazykovykh-sredstv-vyrazhayuschih-neopredelennuyu-referentsiyu-litsa-v-hudozhestvennom-tekste> (дата обращения: 04.06.2021).
8. Кузьмина Е. С. Читаем и обсуждаем современную немецкую прозу: Учебно-методическое пособие по домашнему чтению и развитию навыков устной речи: уровни B2-C1 / Е. С. Кузьмина. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН). - 2019. – 57 с. – ISBN 9785209096139.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Iatsevich O. E. Evfemisticheskie motivy v rasskaze M.L. Kashnic «Prizraki» [Euphemistic motifs in the short story «Ghosts» by M.L. Kashnits] / O.E. Iatsevich, V.V. Iudashkina, A.N. Sokolov // Sovremennaya nauka: aktual'nye problem teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki [Magazine «Modern Science: Actual problems of Theory and Practice». Series «Humanities»]. – 2021. – №04/2. – P. 205– 207. DOI 10.37882/2223-2982.2021.04-2.41. [in Russian]
2. Iatsevich O.E. Motivy iniciacii v proizvedenii M.L. Kashnic «Das Dicke Kind» [Motives of initiation in the work of M. L. Kashnits «Das dicke Kind»] / O.E. Iatsevich, V.V. Iudashkina, A.N. Sokolov // Global'nyj nauchnyj potencial [Global Scientific Potential]. – 2021. – № 5(122). – P. 170-175. [in Russian]
3. Gurevich R.V. Proza Marii Luizy Kashnic [Prose by Maria Luisa Kashnitz] / R.V.Gurevich // Izvestiya Smolenskogo gosudarstvennogo universiteta [Izvestiya SmolGU]. – 2012. – №2 (18). – P. 155-161. [in Russian]
4. Kudinova V. I. Pole bytiynosti v proze M. L. Kashnitc [The field of Being in prose by M. L. Kashnitz] [Electronic resource] / V.I. Kudinova // Izvestiya TulGU. Gumanitarnye nauki [Proceedings of the Tula State University. Humanities]. – 2010. – №2. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pole-bytiynosti-v-proze-m-l-kashnits> (accessed: 04.06.2021). [in Russian]
5. Peteshova O. V. Specifika yazykovoj reprezentacii kartiny mira diarista -professional'nogo pisatelya [The specifics of the linguistic representation of the worldview of a diarist-a professional writer] [Electronic resource] / O.V. Peteshova // Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Filologiya, pedagogika, psihologiya [Bulletin of the Baltic Federal University named after I. Kant. Series: Philology, Pedagogy, psychology]. – 2009. – №2. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-yazykovoy-reprezentatsii-kartiny-mira-diarista-professionalnogo-pisatelya> (accessed: 04.06.2021). [in Russian]
6. Efimenko E.A. Osobennosti organizacii prostranstva v nemeckoj maloj proze vtoroj poloviny HKH vek [Features of the organization of space in German short prose of the second half of the twentieth century] [Electronic resource] / E.A. Efimenko // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki [Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities.]. - 2017. - №6 (777). - URL: <https://clck.ru/Wikof> (accessed: 04.06.2021). [in Russian]
7. Ivanchenko T. Issledovanie yazykovykh sredstv, vyrazhayushchih neopredelennuyu referentsiyu lica, v hudozhestvennom tekste [The study of linguistic means that express an indefinite reference of a person in a literary text] [Electronic resource] / T.A. Ivanchenko, A.M. Arias // Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskogo universiteta tekhnologij upravleniya i ekonomiki [Scientific Notes of the St. Petersburg University of Management Technologies and Economics]. - 2016. -№1 (53). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-yazykovykh-sredstv-vyrazhayuschih-neopredelennuyu-referentsiyu-litsa-v-hudozhestvennom-tekste> (accessed: 04.06.2021). [in Russian]
8. Kuz'mina E. S. Chitaem i obsuzhdaem sovremennuju nemeckuju prozu: Uchebno-metodicheskoe posobie po domashnemu chteniju i razvitiyu navykov ustnoj rechi: urovni B2-C1 [We read and discuss modern German prose: An educational and methodological guide for home reading and the development of oral speech skills: levels B2-C1] / E. S. Kuz'mina. – Moskva: Rossijskij universitet druzhby narodov (RUDN). - 2019. – 57 p. – ISBN 9785209096139.

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ / PHILOSOPHY

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.130>

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В РОССИИ: ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

Научная статья

Борисова А.А.¹, Бабаева А.В.^{2,*}, Хуторная М.Л.³

¹ ORCID: 0000-0002-9149-2439;

² ORCID: 0000-0001-6799-1513;

³ ORCID: 0000-0001-6799-1513;

^{1, 2, 3} Воронежский государственный университет инженерных технологий, Воронеж, Россия

* Корреспондирующий автор (annabab1[at]yandex.ru)

Аннотация

В работе проводится анализ этической составляющей процесса дигитализации в России. Отмечается, что подход к проблемам, связанным с цифровизацией в России, может быть только индивидуальным, а не шаблонно правовым. Анализируются причины недоверия к цифровизации в России. Выявлены и рассмотрены группы этических проблем цифровизации в России: гражданские, общественные, профессиональные и личные. Осуществлены социологический опрос и статистический анализ обработки полученных данных, позволяющих продемонстрировать на конкретных примерах отношение к выявленным этическим проблемам цифровизации российского общества.

Ключевые слова: цифровизация, этика, экосистема цифрового общества.

DIGITALIZATION IN RUSSIA: ETHICAL PROBLEMS

Research article

Borisova A.A.¹, Babaeva A.V.^{2,*}, Khutornaya M.L.³

¹ ORCID: 0000-0002-9149-2439;

² ORCID: 0000-0001-6799-1513;

³ ORCID: 0000-0001-6799-1513;

^{1, 2, 3} Voronezh State University of Engineering Technologies, Voronezh, Russia

* Corresponding author (annabab1[at]yandex.ru)

Abstract

The current article analyzes the ethical component of the digitalization process in Russia. It is noted that the approach to the problems associated with digitalization in Russia can only be individual and not a typically legal one. The authors analyze the reasons for distrust of digitalization in Russia along with identifying and examining groups of ethical issues connected to digitalization in Russia such as its civil, public, professional and personal aspects. The study also presents a sociological survey and a statistical analysis of the processing of the obtained data, allowing for demonstrating the attitude to the identified ethical problems of digitalization of Russian society through concrete examples.

Keywords: digitalization, ethics, ecosystem of a digital society.

*Технология гораздо более пригодна для уничтожения
устоявшихся ценностей, чем для создания новых.
Форсирование в этом случае создания «возможностей»
может привести к «аксиологическому взрыву»,
то есть к развалу системы ценностей:
подобное форсирование может породить ситуацию,
в которой жить очень легко, но не хочется.
Станислав Лем. Диалоги*

Мир вокруг нас меняется с поразительной скоростью, и мы постоянно ищем ответы на основные мировоззренческие вопросы.

Развитие информационных технологий вызвало «взрыв», затронувший все сферы человеческой жизнедеятельности. Все чаще и чаще в последние годы звучит мысль, что недооценка силы ожидания обществом от науки полезных результатов, экономических возможностей и сиюминутного решения проблем приводят к социальным катастрофам.

Цифровизация как всеобщий процесс цифровых преобразований, один из трендов мирового развития, затронувший жизнь человечества на всех уровнях, строится на внедрении новых экономических моделей, тотальном изменении процесса производства и всего образа жизни человека. Цифровизация как основа насущной модернизации претендует на роль важной составляющей долгожданного экономического «прорыва». Однако цифровые технологии безвозвратно меняют не только мир, но и человека. Запущенный механизм изменений невозможно остановить или повернуть вспять, а ввиду резкого, прорывного характера развития цифровизация обретает все более мощный импульс.

В уже далеком 2017 году в России был принят национальный проект «Цифровая экономика». В рамках данного проекта было заявлено, что цифровая государственная политика России нацелена на рост конкурентоспособности России, улучшение качества жизни граждан, обеспечение экономического роста и национального суверенитета. Проект объявлен частью «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы», цель которой – развитие общества знаний в РФ, повышение благосостояния и качества жизни граждан,

повышение информированности и цифровой грамотности, доступности услуг, безопасности внутри страны и за ее пределами, создание экосистемы цифровой экономики РФ, представленной на 3 уровнях – рыночно-отраслевом (взаимодействие поставщиков и потребителей услуг), технологическом (формирование компетенций на платформах), регулятивном (информационная безопасность), два последних из которых являются базовыми. Данная программа предполагает триединство государства, бизнеса и науки, сдерживающими факторами для гармоничного функционирования которых являются кадровый вопрос (дефицит специалистов надлежащего уровня), отсутствие глобальных исследований мирового значения [1].

Вместе с тем мы можем отметить существующую огромную разницу в уровне цифровых навыков разных групп населения (возрастные, профессиональные, региональные различия) и как результат невысокий уровень цифровизации по сравнению с мировым. Кроме этого, в принятой программе можно выделить некоторые пункты, указывающие на этические препятствия и угрозы, сдерживающие цифровизацию в России.

Не вызывает сомнения, что отсутствие доверия к цифровизации также объясняется отсутствием соответствующих нормативных правовых и законодательных актов, способных устранить эти ограничения.

Очевидны два обстоятельства. Во-первых, процесс цифровизации в России вслед за экономической системой в целом антропоцентричен и экологичен по отношению к отдельной личности. Во-вторых, подход к проблемам, связанным с цифровизацией, может быть только индивидуальным, а не шаблонно правовым, с учетом возрастных, профессиональных, региональных особенностей индивидуума в рамках функционирующей экосистемы [2]. Таким образом, несмотря на то, что цифровизация становится одним из самых модных слов в России в данный момент, правомерно говорить о существовании этического кластера в экономической экосистеме России в целом и в рамках цифровизации [3].

Отсутствие четких и структурированных исследований, направленных на выделение, анализ, прогнозирование рисков существования этических проблем, сопутствующих цифровизации в России, побудило авторов данной статьи обратиться к социологическим методам сбора данных: «мозговому штурму наоборот», социологическому опросу, статистической обработке и оценке полученных данных.

Было выделено четыре группы проблем:

- 1) гражданские («я как гражданин мира»);
- 2) общественные («я как член общества»);
- 3) профессиональные («я как профессионал»);
- 4) личностные («я как личность»).

Гражданские проблемы

Первая проблема – национальная экономическая безопасность страны, ежесекундное столкновение с угрозой кибератак в процессе цифровизации общества. С увеличением числа кибератак возрастает и причиняемый ими ущерб. К 2022 году, по прогнозу Всемирного экономического форума, сумма планетарного ущерба от кибератак может вырасти до 8 трлн долларов [6].

Вторая проблема – тотальный контроль над частной жизнью, в результате нарушения границ конфиденциальности и приватности в процессе идентификации и сохранности пользовательских цифровых данных. Информация о каждом человеке, включая его частную жизнь, становится общедоступной [5].

Общественные проблемы

Первая проблема – дискриминация, ущемление прав отдельных групп населения в связи с профессиональными, региональными, возрастными и иными различиями граждан России, несоблюдение принципов социального равноправия и социальной справедливости.

Вторая проблема – асоциальность, вызванная подменой реальной действительности манипуляциями в виртуальном мире в связи с идеальностью и безграничными возможностями последнего. Уровень развития цифровых технологий стирает грань между реальностью и виртуальным миром. В мире появляется дефицит живого общения человека с человеком, что приводит к дефектам речи, мышления, отклонениям в поведении, проявляется в неспособности контролировать поступки, анализировать ситуации, предвидеть события, устанавливать причинно-следственные связи. Злоупотребление цифровыми технологиями прямо пропорционально наиболее высокому уровню снижения интеллекта [6]. Учёные университета Хартфорда (США) на основе экспериментальных исследований спрогнозировали падение значения IQ среднего человека с 88,6 в 2010 году, до 83,8 к 2100 году.

Третья проблема – зависимость от гаджетов. Создание «цифрового я» приводит к тому, что человек с раннего возраста зависим от интернета, социальных сетей, не мыслит себя без гаджетов, в которых проходит вся его жизнь. При недоступности использования интернета и гаджетов могут проявляться истеричность, агрессия, чувство беспомощности и другие дисфункции в поведении человека [7].

Четвертая проблема – информационная безопасность. Современный мир представляет множество разнообразных опасностей в цифровой среде. Не случайно вопросы информационной безопасности во всем мире стоят на первом месте. В 2019 году Российская экономика пострадала от кибератак на 2,5 триллиона рублей [8].

Профессиональные проблемы

Первая проблема – повышение уровня безработицы и невостребованность многих видов специальностей [9].

Вторая проблема – неоправданное исчезновение традиционных гуманитарных профессий из жизни общества, несмотря на растущую потребность общества в специалистах с междисциплинарными способностями и умением критически мыслить.

Личностные проблемы

Первая проблема – трансформация и постепенное нивелирование этических норм и ценностей, следствием которых становится изменение и профессиональной этики. При оказании медицинских, правовых, образовательных услуг появляется «цифровой» посредник, робот с искусственным интеллектом.

Вторая проблема – утрата интереса к человеческой личности. Реальный человек всё меньше интересен в связи с резким повышением значения его двойника – «цифрового аватара». В программе Правительства РФ по созданию среды цифровой платформы государственного управления заложена минимизация человеческого фактора. На первый план в эру четвертой промышленной революции выступают цифровая система, технология, а не человек. Человек оказывается исключенным из процесса сбора, анализа и обработки полученного результата. Технология образует независимое от человека информационное поле [10].

Третья проблема – изменение культурных ценностей – отношения к самому себе, к другим, к обществу, к окружающей природе, ко Вселенной.

Дальнейший анализ заявленных и рассмотренных выше четырех групп, включающих десять этических проблем развития цифровизации в России, стал возможен благодаря использованию такой разновидности социологического опроса как метод анкетирования.

Цель анкетирования – выявление подробного и развернутого коллективного, группового общественного мнения об этических проблемах цифровизации 650 студентов и преподавателей Воронежского государственного университета инженерных технологий (технические и гуманитарные специальности). Большинство опрошенных студентов (53% юношей и 47% девушек) принадлежат к возрастной категории от 18 до 22 лет (80%), преподавателей (52% мужчин и 48% женщин) – от 30 лет и старше (20%). При проведении анкетирования авторами статьи были поставлены три задачи:

- 1) выявить процентное соотношение предложенных четырех групп этических проблем цифровизации (гражданские, общественные, профессиональные, личностные), беспокоящих преподавателей и студентов;
- 2) определить взаимосвязь выделения этических проблем цифровизации с возрастом (18-20 лет, старше 30 лет);
- 3) определить взаимосвязь выделения этических проблем цифровизации с профессией (преподаватели) и специализацией (студенты).

Респондентам была предложена электронная онлайн-анкета. Вопросник включает в себя 10 суждений, которые нужно было оценить по пятибалльной шкале Лайкерта, выражающей разное (положительное и отрицательное) отношение к измеряемому объекту. Обработка полученных данных проходила с помощью программы SPSS Statistics. По результатам исследования были получены представленные ниже в форме диаграммы и двух гистограмм статистические данные, которые ранее не являлись общедоступными.

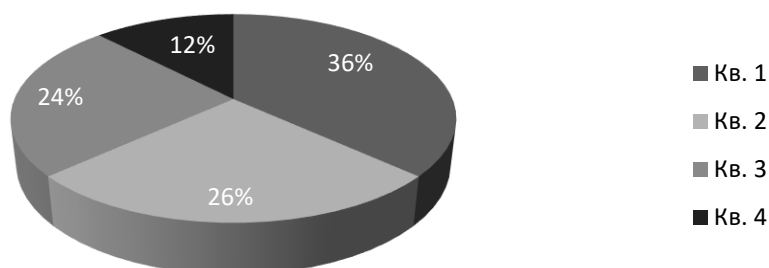


Рис. 1 – Этические проблемы цифровизации в России

Секторная диаграмма, изображенная на рис. 1, отражает процентное соотношение предложенных четырех групп этических проблем цифровизации (гражданских, общественных, профессиональных, личностных). 36 % опрошенных (1 место) обеспокоены гражданскими этическими проблемами цифровизации в России (национальная безопасность страны и угроза тотального контроля), 26 % (второе место) – профессиональными этическими проблемами (безработица, исчезновение профессий), 24 % (третье место) – общественными этическими проблемами (дискриминация населения, асоциальность, зависимость от гаджетов), 12 % (четвертое место) – личностными этическими проблемами (трансформация этических ценностей и норм, утрата интереса к человеческой личности, изменение культурных ценностей).

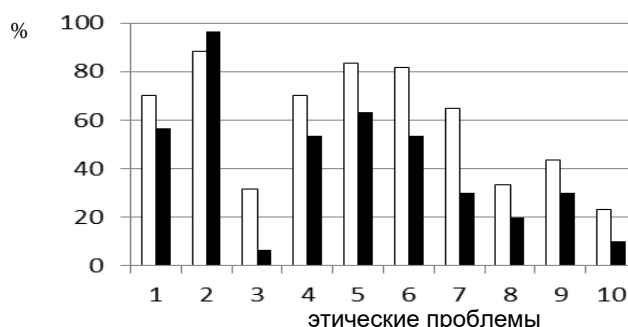


Рис. 2 – Разновозрастные этические проблемы цифровизации в России:
белый цвет – преподаватели, черный цвет – студенты.

Гистограмма (рис. 2) отражает процентное отношение преподавателей и студентов к выделенным выше 10 этическим проблемам цифровизации в России. Степень обеспокоенности преподавателей по девяти (1, 3-10) этическим проблемам из десяти выше степени волнения студентов на 10 - 35%. Наиболее актуальной проблемой и для студентов, и для преподавателей является гражданская этическая проблема тотального контроля (2), причем только в этом показателе степень обеспокоенности студентов (97%) выше, чем у преподавателей (88%). На втором месте у обеих исследуемых групп стоит общественная проблема зависимости от гаджетов (студенты – 62%, преподаватели – 82%). И преподавателей и студентов беспокоят в первую очередь гражданские и общественные проблемы (за исключением общественной проблемы дискриминации населения). На последнем месте для обеих возрастных групп стоят личностные этические проблемы.

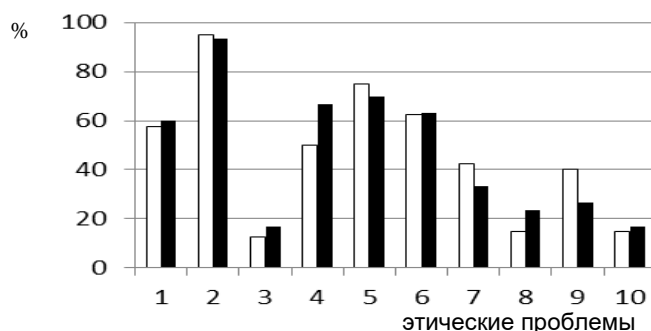


Рис. 2 – Этические проблемы цифровизации в России: профессиональный ракурс: *белый цвет – техническое образование; черный цвет – гуманитарное образование.*

Гистограмма, изображенная на рис. 3, отражает процентное отношение преподавателей и студентов технических и гуманитарных направлений к выделенным выше этическим проблемам цифровизации в России. Степень обеспокоенности этическими проблемами цифровизации у преподавателей и студентов гуманитарных направлений (далее 1 группа опрашиваемых) выше по шести проблемам из десяти (1, 3-4, 6, 8, 10), чем у технических направлений (далее вторая группа опрашиваемых) на 2-20%. Первую группу опрашиваемых волнует общественная проблема асоциальности (4) (67%), в то время как вторая группа в незначительно большей степени, чем первая, обеспокоена профессиональной проблемой безработицы и гражданской этической проблемой национальной безопасности страны.

Таким образом, процентное соотношение четырех групп этических проблем, выявленные особенности отношения к цифровизации студентов и преподавателей, специалистов гуманитарных и технических направлений во многом выражает основные этические проблемы в процессе цифровизации российского общества.

Обеспокоенность в первую очередь гражданскими этическими проблемами цифровизации не случайна. Вопрос национальной безопасности – ведущая регулятивная составляющая «Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы». Отведение профессиональным этическим проблемам цифровизации (26 %) второго места из четырех связано со взятым Россией курсом на триединство государства, бизнеса и науки, гармоничное функционирование которых целиком зависит от кадрового вопроса. Наличие общественных этических проблем, на которые указывают 24 % опрошенных, активно тормозит овладение цифровыми навыками россиян и снижает уровень цифровизации в России. Отведение личностным этическим проблемам последнего места (12 %) связано со сложностью сложившейся политической ситуации в России и необходимостью разрешения в первую очередь глобальных вопросов, волнующих российскую общественность.

Очевидная повышенная тревожность россиян среднего возраста в сравнении с молодежью на 10-35% объясняется резкими изменениями в жизни общества, выпавшими на долю старшего поколения. Не столь высокая, как у преподавателей, степень тревожности студентов, как правило, заключается не в недостаточной мере сознательности и ответственности молодежи, а в осознании ею факта, что только нормальный уровень тревожности позволяет мобилизовать силы и двигаться вперед.

Чрезмерная актуальность гражданской этической проблемы тотального контроля среди обеих возрастных групп российского населения объясняется тем, что уровень развития дигитализации в России достиг черты, когда происходит нарушение главного права, гарантируемого Конституцией РФ, – права на личную жизнь. Информация о человеке отслеживается на основе собранных ранее данных с помощью видеокамер, датчиков, GPS навигаторов, определителей, социальных сетей. Молодежь и старшее поколение осознают, что опасность таится в опережении цифровыми технологиями законодательных изменений в стране.

Повсеместная цифровизация – мегатренд, коснувшийся всех сфер социальной жизни 21-го века. Лишь на первый взгляд, кажется, что у каждой страны своя мораль и свое видение процесса цифровизации. На самом деле очевиден факт, что чем более развита страна, тем глубже цифровизация и тем выше риски при интеграции информационных систем с общественностью. Стремительная эволюция цифрового пространства в России требует изменения отношения к этическим проблемам в условиях глобализации и цифровизации. Стало очевидным, что этические проблемы в России невозможно решить только посредством законов существующей юриспруденции. Как отмечал акад. А.Д. Урсул в далеком 1996 году: «предполагается новый виток идеи государственности не только в России, но и в мире в целом, формирование новой модели государства, уже не просто правового и социального, но и «социоприродного», и «экологического», и «устойчивого»» [11]. Современное цифровое общество требует новых политико-правовых и этических идеалов. В которых на первое место выходит Человек, как созидатель интеллектуального капитала, без которого невозможно динамичное развитие человеческой цивилизации.

Общественное принятие цифровизации в России возможно при наличии двух составляющих: признания существования рисков, осуществления заслуживающей доверия граждан социальной политики, сопровождающей цифровое преобразование. Необходима стратегия противодействия технологизации и тотальному потреблению, которая должна быть построена на сознательности и ответственности за будущее своей нации и человечества в целом.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 № 1632-р «Об утверждении Программы «Цифровая экономика Российской Федерации». [Электронный ресурс] URL: garant.ru/products/ipo/prime/doc/71634878/ (дата обращения: 12.06.2021)
2. Афанасенко И.Д. Цифровая экономика и социально-этические ценности / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. - 2018. № 5(113). - с. 7-11.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с.
4. К мобильному обществу: утопии и реальность / под ред. Я.Н. Засурского – М.: РОССПЭН, 2010. - 335 с
5. Кретов С.И. Приведёт ли цифровизация экономическую систему России к процветанию? / С.И. Кретов // Ломоносовские чтения-2019.- М., 2019. №. 3. - с. 115-117.
6. Бабаева А.В. Информационное общество и проблемы прикладной информатики: история и современность / А.В. Бабаева, А.А. Борисова, Р.А. Черников. - Воронеж: ВГУИТ, 2019.- 60 с.
7. Чернов А.А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы / А.А. Чернов – М.: «Дашков и К», 2003. - 232 с.
8. Матыс О. Российская экономика за год пострадала от кибератак на 2,5 триллиона рублей / О. Матыс // Комсомольская правда, 21.01.2020.
9. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл. [Электронный ресурс]. URL: <http://refdb.ru/look/1177845.html> (дата обращения: 12.06.2021)
10. Урсул А.Д. Перспективы эволюции государства в модели устойчивого развития / А.Д. Урсул. [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru> (дата обращения: 12.06.2021)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Rasporjazhenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 28 ijulja 2017 № 1632-r «Ob utverzhenii Programma «Cifrovaja ehkonomika Rossijskoj Federacii [Decree of the Government of the Russian Federation No. 1632-r of July 28, 2017 "On approval of the Program" Digital Economy of the Russian Federation]. [Electronic resource]. URL: garant.ru/products/ipo/prime/doc/71634878/ (accessed: 12.06.2021) [in Russian]
2. Afanasenko I. D. Cifrovaja ehkonomika i social'no-ehlicheskie cennosti [Digital economy and socio-ethical values] / I. D. Afanasenko, V. V. Borisova // Izvestija Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ehkonomicheskogo universiteta [Proceedings of the St. Petersburg State University of Economics]. - 2018. № 5(113). - pp. 7-11 [in Russian]
3. Castels M. Informacionnaja epokha: ehkonomika, obshhestvo i kul'tura [The Information Age: economy, society and culture] / M. Castels. - M.: HSE, 2000. - 608 p. [in Russian]
4. K mobil'nomu obshhestvu: utopii i real'nost' [Towards a mobile society: utopias and reality] / edited by Ya. N. Zasursky-Moscow: ROSSPEN, 2010. - 335 p [in Russian]
5. Kretov S. I. Privedjot li cifrovizacija ehkonomicheskiju sistemu Rossii k procvetaniju? [Will digitalization lead the Russian economic system to prosperity?] / S. I. Kretov / Lomonosovskie chtenija [Lomonosov Readings]-2019. - M., 2019. No. 3. - pp. 115-117 [in Russian]
6. Babaeva A.V. Informacionnoe obshhestvo i problemy prikladnoj informatiki: istorija i sovremennost' [Information society and problems of applied informatics: history and modernity] / A.V. Babaeva, A. A. Borisova, R. A. Cherenkov. - Voronezh: VSUIT, 2019. - 60 p. [in Russian]
7. Chernov A. A. Stanovlenie global'nogo informacionnogo obshhestva: problemy i perspektivy [Formation of the global information society: problems and prospects] / A. A. Chernov-M.: "Dashkov i K", 2003. - 232 p. [in Russian]
8. Matys O. Rossijskaja ehkonomika za god postradala ot kiberatak na 2,5 trilliona rublej [The Russian economy suffered 2.5 trillion rubles from cyber attacks over the year] / O. Matys // Komsomolskaya Pravda, 21.01.2020 [in Russian]
9. Bell D. Social'nye ramki informacionnogo obshhestva [The social framework of the information society]. [Electronic resource] / D. Bell. URL: <http://refdb.ru/look/1177845.html> (accessed: 12.06.2021) [in Russian]
10. Ursul A.D. Perspektivy ehvoljucii gosudarstva v modeli ustojchivogo razvitiya [Prospects for the evolution of the state in the model of sustainable development]. [Electronic resource] / A. D. Ursul. URL: <http://ecsocman.hse.ru> (accessed: 12.06.2021) [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.131>**О ПЕРВИЧНОСТИ ПРИНЦИПОВ МОРАЛИ: ВЗГЛЯД С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ФИЛОСОФИИ НАУКИ**

Научная статья

Егоров Д.Г.^{1,*}, Ярмолич Н.А.²¹ ORCID: 0000-0001-7122-3699;¹ Псковский филиал Академии ФСИН России, Псков, Россия;^{1,2} Псковский государственный университет, Псков, Россия

* Корреспондирующий автор (de-888[at]ya.ru)

Аннотация

Критически рассмотрена гипотеза биолого-социальной эволюции морали. Выживание палеоприматов требовало дополнительной (отличной от биологических инстинктов) коллективной регуляции, – то есть того, что сейчас именуется словом «мораль». Механизм эволюционного отбора действительно мог и, вероятно, в самом деле отсеивал социумы, не сумевшие совладать с достигнутой мощью технологий. Но проблема не в механизме отсеивания социумов с доминантами животной регуляции, а в том, откуда взялись моральные нормы у социумов выживших. Моральные нормы – это набор принципов. Иными словами, это такие же априорные предположения, как и аксиомы в науке. Показано, что выведение принципов индуктивно невозможно. Из этого следует вывод: если даже основания науки не могут быть получены индуктивно, – тем более не могут быть получены «из опыта» основания морали.

Ключевые слова: мировоззрение, мораль, принцип, психика.**ON THE PRIMACY OF THE PRINCIPLES OF MORALITY: THROUGH THE LENS OF PHILOSOPHY OF SCIENCE**

Research article

Egorov D.G.^{1,*}, Yarmolich N.A.²¹ ORCID: 0000-0001-7122-3699;¹ Pskov branch of the Academy of the Federal Penitentiary Service of the Russian Federation, Pskov, Russia;^{1,2} Pskov State University; Pskov, Russia

* Corresponding author (de-888[at]ya.ru)

Abstract

The current article theoretically examines the hypothesis of the biological and social evolution of morality. The survival of paleoprimates required additional (different from biological instincts) collective regulation, which is, what is now called the word "morality". The mechanism of evolutionary selection indeed could, and probably did, weed out societies that could not cope with the achieved power of technology. However, the problem is not in the mechanism of screening out societies with dominant animal regulation, but in where the moral norms of the surviving societies come from. Moral norms are a set of principles. In other words, these are the same a priori assumptions similar to axioms in science. It is shown that the derivation of the principles is inductively impossible, this fact leads to the following conclusion: if even the foundations of science cannot be obtained inductively, the foundations of morality cannot be obtained "from experience".

Keywords: worldview, morality, principle, psyche.**Введение**

Дадим наше понимание морали. Мораль – это общепринятые в обществе представления о правильном и неправильном, добре и зле, а также совокупность норм поведения, вытекающих из этих представлений.

Ранее [1], [2] нами был сформулирован и обоснован ряд положений. В частности, на вопрос «что есть основа морали» есть два принципиальных ответа. Первый из них: мораль есть результат эволюционного процесса (эволюции биологической [3], и/или социальной [4]). Второй ответ: мораль трансцендентна психике [5], [6].

Настоящий текст есть развитие данных тезисов. Так, мы предполагаем критически рассмотреть гипотезы биолого-социальной эволюции морали, а также показать невозможность получения моральных принципов индивида через рассуждения, логический вывод, факты, и вообще любым апостериорным способом.

Обсуждение

В чем функция морали? По нашему мнению, в создании и укреплении единства, в частности, единства социума. Но эту задачу в случае стайных животных выполняют и инстинкты. Человеческий социум в социальном плане здесь не исключение. В основе организации и структурирования одного лежат два целевых вектора: инстинкт иерархического доминирования требует подчинения вышестоящим индивидуумам (имеющим более высокий ранг), и доминации над индивидуумами, имеющими более низкий ранг; мораль требует строить отношения в социуме на принципах справедливости. Моральная эволюция человечества – это изменение относительного вклада в социальных связях и структурах инстинкта иерархического доминирования (с одной стороны) – и моральных норм (с другой): «Степень проявления инстинктивной мотивации в поведении человека – примативность... чем больше в человеке животной сущности (инстинкта эгоистического доминирования, инстинкта присвоения по рангово-силовому критерию), тем он более примативен...» [7].

Эта двойственность психики в области философии и общественных наук проявляется в том, что разные мыслители приходят к диаметрально противоположным выводам о природе человека: от «человек человеку волк», «естественное состояние человечества – война всех против всех» [4] до априорного полагания естественного альтруизма [8].

Как же трактуют появление второго (неинстинктивного) контура управления в психике человека сторонники гипотезы эволюционизма?

Обратимся к данным палеоантропологии, следуя, в частности, работам одного из крупнейших апологетов гипотезы эволюционного происхождения морали Акопа Погосовича Назаретяна [3], [9]. Начав производить искусственные орудия, наши предки нарушили *этологический баланс* между естественной вооружённостью диких животных и инстинктивным ограничением внутривидовых убийств. Убойная мощь каменных орудий превзошла уровень инстинктивного торможения агрессии, и доля смертоносных конфликтов стала несовместимой с дальнейшим существованием вида (как показывают данные археологии, многие *homo habilis*, то есть наши биологические предки, были убиты ударом по черепу заострёнными галечными отщепами). Выживание требовало дополнительной (отличной от биологических инстинктов) коллективной регуляции, - то есть того, что сейчас и именуется словом «мораль». Как же трактуют ее происхождение сторонники биологической (социальной) эволюции? Согласно гипотезе А.П. Назаретяна, появление морали было обеспечено «патологическими изменениями в психике, аномальной умственной лабильностью, внушаемостью и фобиями ... гипотеза связывает ограничение агрессии с первыми признаками анимизма, иррациональной боязнью мёртвых и посмертной мести» [9, С. 758]. То есть, у истоков рода *homo* находится «стадо невротиков» [9, С. 758]. Далее механизм эволюционного отбора отсеивал социумы, не сумевшие уравновесить мощь технологий развитием моральных ограничителей.

Мы согласны, что механизм эволюционного отбора действительно мог и, вероятно, в самом деле отсеивал социумы, не сумевшие совладать с достигнутой мощью технологий. Но проблема ведь совсем не в механизме отсеивания социумов с доминантами животной регуляции, а в том, *откуда взялись* моральные нормы у социумов выживших (которые затем закрепил естественный отбор)? Согласно вышеизложенной эволюционной гипотезе, мораль есть сорт невроза, сбой инстинктивной саморегуляции, каким-то удивительным образом создавший иррациональное ощущение единства с себе подобными.

По нашему мнению, это «объяснение» – совершенно неудовлетворительно. Мы, конечно же, согласны, что социум с высоким уровнем моральных норм имеет бесспорно более высокие возможности в эволюционной конкуренции. Но это не объяснение появления моральных норм (подобно тому, как удобство проживания в доме не есть объяснение того, как он был построен).

Результаты

Попробуем подойти к проблеме с другой стороны – с анализа формально-логической структуры морали.

Моральные нормы – это набор принципов. Иными словами, это такие же априорные предположения, как и аксиомы в науке. А теперь зададимся вопросом: откуда берутся принципы?

Ответ на этот вопрос был дан Платоном. По Платону, принципы, лежащие в основе и науки, и этики есть воспоминание души о мире идей: «...припоминание того, что некогда видела наша душа, когда она сопутствовала Богу» [10, С. 249].

Принципиально иной подход к поиску принципов научных теорий появился только через два тысячелетия: в форме учения Ф. Бэкона об индукции, изложенного им в «Новом органоне» [11], то есть вывод принципов из фактов. Однако подход этот внутренне противоречив: только лишь из фактов не следует ничего, потому что индуктивный вывод уже предполагает некое общее положение как свое основание (подобно тому, как груда кирпичей в отсутствие проекта никогда «индуктивно» не образует дом). Иными словами, исследователь, провозглашающий, что его теория «выведена из фактов», реально уже на стадии подборки фактов имеет некую теоретическую схему (гипотезу), которая и определяет то, какие факты будут отобраны. Исследователь отбирает факты не «вообще», а такие, которые могут подтвердить или опровергнуть его предварительную гипотезу [12, С. 299]. Подобно тому, как рыбы не замечают воду, а люди — воздух, позитивисты не замечают теоретических моделей, направляющих их при поиске и отборе фактов (и дальнейшей индукции, которая по сути есть подтверждение проверяемой дедуктивной гипотезы).

Таким образом, мы заключаем следующее: выведение принципов индуктивно не то чтобы сложно или неэффективно, а, в сущности, невозможно.

Заключение

Мы не первые, кто пришел к таким выводам: еще К. Поппер в первой половине прошлого века обосновал тезис о том, что создание теории (нахождение ее принципов) - процесс, определенно не являющийся «индукцией из фактов» [12, С. 336].

Но из этого следует простой и очевидный вывод: если даже основания науки не могут быть получены индуктивно (из опыта), - тем более не могут быть получены «из опыта» основания морали.

Но это является существенным аргументом в пользу априорности норм морали. Иными словами, мы считаем здесь наиболее адекватным подход Платона.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Егоров Д.Г. Вопрос об источнике и основах морали как ключевой аспект психокоррекционной работы в пенитенциарной системе / Д.Г. Егоров, В.А. Романов // Общество: философия, история, культура. – 2020. – № 6. – С. 26-29.
2. Егоров Д.Г. К вопросу об источнике и сущности морали / Д.Г. Егоров, М.А. Манойлова, В.В. Страхов // Международный научно-исследовательский журнал. - 2020. - № 11-2. - С. 158-160.

3. Назаретян А.П. Агрессия, мораль и кризисы в развитии мировой культуры / А. П. Назаретян. - М. : Наследие, 1996. - 184 с.
4. Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского / Т. Гоббс. - М., 2017. - 732 с.
5. Библия. [Электронный ресурс] – URL: <https://royallib.com/book/bibliya/bibliya.html> (дата обращения: 19.06.2021).
6. Кант И. Критика практического разума / И. Кант. - М. : Эксмо-Пресс, 2015. - 224 с.
7. Герасимов И. Социализм и «природа человека» / И. Герасимов [Электронный ресурс] – URL: <http://maxpark.com/community/1218/content/927515> (дата обращения: 28.06.2021)
8. Кропоткин П.А. Взаимная помощь как фактор эволюции / П. А. Кропоткин. - Санкт-Петербург : Товарищество «Знание», 1907. - 256 с.
9. Назаретян А.П. Мегаистория и ее «загадочная сингулярность» / А.П. Назаретян. // Вестник Российской академии наук. - 2015. – № 8. С. 755–764.
10. Платон. Федр / Платон [Электронный ресурс] – URL: <http://psylib.org.ua/books/plato01/21fedr.htm> (дата обращения: 28.06.2021)
11. Bacon F. Novum organum. Instauration magna / F. Bacon. - London: John Bill, 1620. - 364 p.
12. Поппер К. Открытое общество и его враги. В 2-х томах. Т. 2 / К. Поппер. – М.: Феникс, 1992. - 528 с.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Egorov D.G. Vopros ob istochnike i osnovakh morali kak klyuchevoy aspekt psikhokorreksionnoy raboty v penitentsiarnoy sisteme [The question of the source and foundations of morality as a key aspect of psycho-correctional work in the penitentiary system] / D. G. Egorov, V. A. Romanov // Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura [Society: philosophy, history, culture]. - 2020. - № 6. - P. 26-29. [in Russian].
2. Egorov D.G. K voprosu ob istochnike i sushchnosti morali [On the question of the source and essence of morality] / D.G. Egorov, M.A. Manoilo, V.V. Strakhov // Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal [International Research Journal]. - 2020. - № 11-2. - P. 158-160. [in Russian].
3. Nazaretyan A.P. Agressiya, moral' i krizisy v razvitii mirovoy kul'tury [Aggression, morality and crises in the development of world culture] / A. P. Nazaretyan. - Moscow: Naslediye, 1996. - 184 p. [in Russian].
4. Gobbs T. Leviathan [Leviathan] / T. Gobbs. – Moscow: 2017. - 732 p. [in Russian].
5. The Bible. [Electronic resource] – URL: <https://royallib.com/book/bibliya/bibliya.html> (accessed: 19.06.2021). [in Russian].
6. Kant I. Kritika prakticheskogo razuma [Critique of practical reason]. / I. Kant. - M. : Eksmo-Press, 2015. - 224 p. [in Russian].
7. Gerasimov I. Sotsializm i «priroda cheloveka» [Socialism and "human nature"] / I. Gerasimov. [Electronic resource] – URL: <http://maxpark.com/community/1218/content/927515> (accessed: 28.06.2021) [in Russian].
8. Kropotkin P.A. Vzaimnaya pomoshch' kak faktor evolyutsii [Mutual assistance as a factor of evolution] / P. A. Kropotkin. - Sankt-Peterburg : Tovarishchestvo «Znaniye», 1907. - 256 p. [in Russian].
9. Nazaretyan A.P. Megaistoriya i yeye «zagadochnaya singulyarnost'» [Megahistory and its "mysterious singularity"] / A. P. Nazaretyan // Vestnik Rossijskoj akademii nauk [Bulletin of the Russian Academy of Sciences]. – 2015. - № 8. - P. 755–764. [in Russian].
10. Plato. Fedr. / Plato. [Electronic resource] – URL: <http://psylib.org.ua/books/plato01/21fedr.htm> (accessed: 28.06.2021) [in Russian].
11. Bacon F. Novum organum. Instauration magna / F. Bacon. - London: John Bill, 1620. - 364 p.
12. Popper K. Otkrytoye obshchestvo i yego vragi. [The open society and its enemies] V. 2 / K. Popper. - Moscow: Feniks, 1992. - 528 p. [in Russian].

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.132>

ПОЛИТИКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В МАРОККО

Научная статья

Итри Ханаа*

ORCID: 0000-0003-2042-7928,

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ), Санкт-Петербург, Россия

* Корреспондирующий автор (hanaaitri1995[at]gmail.com)

Аннотация

Марокко заинтересована привлечением прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Учитывая важность прямых иностранных инвестиций для экономического роста, правительство Марокко назвало привлечение прямых иностранных инвестиций главным приоритетом государства, что позволило разработать и развивать политику, направленную на привлечение транснациональных корпораций. В данной статье анализируется политика и действия, предпринятые Королевством Марокко для повышения привлекательности ПИИ в период 1970-2019 годов. В течение этого периода Марокко было одним из наиболее важных бенефициаров притока ПИИ в регион Ближнего Востока и Северной Африки, благодаря созданию системы протектората — первых фондов прямых иностранных инвестиций, созданных в начале двадцатого века.

Ключевые слова: ПИИ, Марокко, привлекательность, интеграционная политика, двусторонние соглашения, открытость.

THE POLICY OF ATTRACTING FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN MOROCCO

Research article

Itri Hanaa*

ORCID: 0000-0003-2042-7928,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (SPbPU), St. Petersburg, Russia

* Corresponding author (hanaaitri1995[at]gmail.com)

Abstract

A country like Morocco is concerned about attracting foreign direct investment (FDI). Given the importance of foreign direct investment for economic growth, the Government of Morocco has made attracting foreign direct investment a top priority, which has allowed the development and development of policies aimed at attracting multinational corporations. This article analyzes the policies and actions taken by the Kingdom of Morocco to increase the attractiveness of FDI in the period 1970-2019. During this period, Morocco was one of the most important beneficiaries of FDI inflows to the Middle East and North Africa region, with the creation of the protectorate system, the first foreign direct investment funds established at the beginning of the twentieth century.

Keywords: FDI, Morocco, attractiveness, integration policy, bilateral agreements, openness.

Introduction

Foreign Direct investment (FDI) is an important factor in increasing the development and growth of the economy for many countries. In Morocco, foreign investment remains discreet even if it puts the country on the top of African continent. Compared with international FDI flows of around USD 1,297 billion [6, P. 29–30] which is 54% go to developed countries, they represent only 0.3 %. But in Moroccan they are significantly far from marginal since they represent 11% of national investment and 3.1% of GDP [6, P. 32]. After the formation of the protectorate system in Morocco by the government the first foreign direct investment funds appeared at the beginning of the twentieth century. Since then, these flows have experienced ups and downs, depending on political and economic factors, and these investments have affected different areas of activity at different levels. Therefore, variety of policies and measures are carried out by the Moroccan government to reinforce the country's attractiveness regarding FDI.

Purpose and methodology

In this paper, we will describe the major policies and measures adopted by the Moroccan government to enhance FDI attractiveness strategy. For the analysis, we used text analysis from the reports on monitoring the economic situation in Morocco in the period 1970-2019. The main source of the research information base is the Ministry of Economy and Finance Kingdom of Morocco, the Office of the High Commissioner for Planning (HCP), and various articles, and journals.

Results

Foreign direct investment in Morocco current form has existed since 1970s, but it was only at the beginning of 1990s the Moroccan Administration started the procedure of privatization and transition of external debts into investments, that their flow began to manifest itself. The graph below shows the dynamics of FDI in Morocco from 1970 to 2019 [3, P. 25–27].

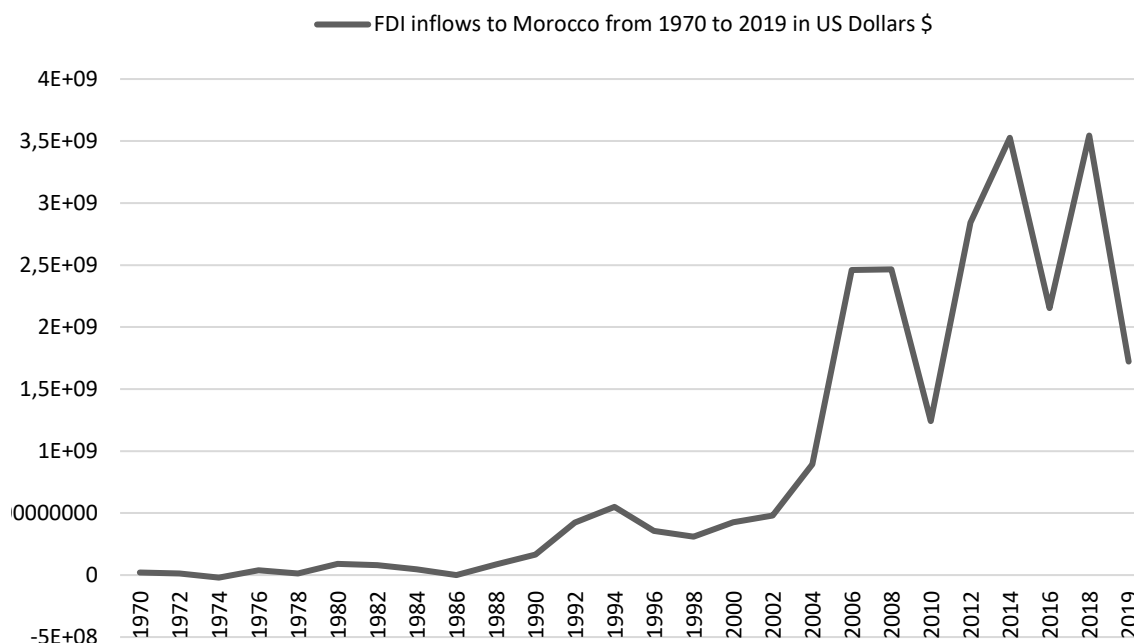


Fig. 1 – FDI in Morocco in the period 1970-2019

FDI in Morocco improved significantly only at the beginning of the privatization process and the conversion of external debt into investment in the early 1990s. Thus, the share of FDI in GDP increased from 0.61% in the 1970s and from 0.7% in the 1980s to 2.17% in the 1990s. If we look at the evolution of the share of FDI in gross fixed capital formation this time, we will see steady growth: 3.06% in the 1970s, 3.19% in the 1980s and 9.72% in 1990 [3, P. 28–31].

These unsustainable events are mainly associated with the beginning of the privatization process and the conversion of external debt into investment. The introduction finance law in 2002 of the privatizations 16% of the capital of Maroc Telecom and the sale of state blocks of shares such as the People's Central Bank, the Government of Tabakov and SOMAKA. In 2004, the inflow of FDI to Morocco was mostly noticeable by the sale on the stock exchange of 14.9% of the capital of Maroc Telecom, which is part of an agreement authorizing Vivendi Universal to obtain an additional 16% of this group to become the leading shareholder of the current operator of the Moroccan Kingdom with 51% shares [2].

In 2006, Arab countries accounted for less than 10% of the total number of EIS entering Morocco. Kuwait remains the 1st Arab investor in 2006 with 983.5 million dirhams of investments, or 3.86% of the total ID received this year, followed by the United Arab Emirates with 759 million dirhams (2.98%) and Saudi Arabia with 322.1 million dirhams (1.26%). According to the World Bank, Morocco attracted about \$ 2.83 billion in FDI in 2007, compared with \$ 2.46 billion in 2006. FDI flows to Morocco experienced a very significant drop for three consecutive years, between 2007 and 2010, from \$ 2.83 billion. In 2007, to \$ 1.24 billion in 2010, which is 56.2% less over these three years. This significant decline is mainly due to the financial crisis of 2007, which then turned into an economic crisis. In 2012, 2013 and 2014, FDI flows increased on an annualized basis by 13%, 18% and 5%, respectively, reaching US \$ 3.53 billion in 2014 [6, P. 20–24].

After reaching a high level in 2014, the FDI flows received by Morocco (domestic FDI) decreased by 8% in 2015 (to 3.26 billion US dollars) and by 34% in 2016 (to 2.16 billion US dollars), which (2016) is lower than the average for the last ten years (2.67 billion US dollars). In 2018, Morocco broke the 2014 record, reaching a peak of US \$ 3.55 billion, followed by a marked decline in 2019 of 55% or more than US \$ 1.94 billion, reaching US \$ 1.6 billion, which was the lowest level since 2010 [7, P. 1–2].

Although they declined in 2015, 2016 and 2019, FDI inflows to Morocco increased after the financial crisis, increasing by an average of 6.4% per year since 2010, reaching a peak in 2018 of US \$ 3.55 billion and the lowest level in ten years of US \$ 1.56 billion in 2019 [7, P. 3–4].

Moroccan internal financing as a developing country is relevant to sustain sufficient growth for present and future generations. Consequently, the Moroccan Government are realizing several strategies and measures aimed to improve the country's attractiveness for foreign investment. This obligation was implemented in legislative, institutional, organizational, financial, and fiscal measures adopted in the period from 2002-2020.

Legislative and organizational measures

The restructuring of the legal and organizational services in business environment performs an essential role in enhancing the Moroccan image and boosting the Moroccan economy. The main Moroccan Administration strategies taken in this area were:

- The adoption of an investment constitution, the substitution of industry laws with an indiscrete legislation and the regulation of significant tax benefits that encourage investment in Morocco.
- Statement of the Decree on the execution of articles 17 and 19 of the Investment Charter. This decree ensure that the country carry out part of the costs of getting the necessary land, training, and infrastructure, provided that the total investment is at least 200 million dirhams that creates 250 or more jobs and provides technology transfer or if the project is carried out by the regions covered by the decree.

- The adoption of the law on export free zones and offshore financial centers.

Financing and Tax measures

The Moroccan Government has ensured an interesting tax base and financing system to motivate international investors to invest in Morocco. These involve the implemented measures:

- By the incessant of the active debt management program that permit to transform part of the public external debt into investments. The total amount converted into investments is 667 million \$.
- Creating of several credit lines encouraging partnership between domestic and foreign companies.
- Clarification from import and domestic value added tax introduced to capital goods, essential equipment, and tools for the execution of projects in the amount of at least 100 million dirhams.
- Improving the maximum limit of assets for investments that can be utilized for research and development or realignment operations from 2% to 20% of profit before tax.

Multilateral and bilateral agreements

The Moroccan Government has chosen to engage in international competitions to accelerate its development and to accompany this strategy the Moroccan Government established an active policy pursues the goal to attract new investments, growth vectors and employment. This obligation has been accomplished via multilateral and bilateral measures:

- The Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA): The Agency goal is to protect foreign investors in Morocco against non-commercial risks such as the risk of non-transfer, the risk of damage because of a decision taken by Moroccan government that deprive the foreign investor of his rights or benefits, the contract termination concluded with the Moroccan government.
- Inter-Arab Investment Guarantee Organization: This Organization established in 1971 to facilitate investment and trade between Arab countries that ensure to protect Arab investors from commercial and non-commercial risks related to foreign trade operations and non-commercial risks for the benefit of investors.
- Free trade agreements "FTA" in the context of the strategy of openness and transparency to the outside world The Moroccan kingdom has realizes free trade agreements with number of countries to establish a solid structure conducive to strengthen relations, partnership, and cooperation in several fields with the countries.

Free trade agreements

As part of its strategy of external openness, Morocco has concluded free trade agreements with many countries to promote investment and trade development. These agreements create favorable conditions for the development of a genuine partnership so that to strengthen relations and cooperation in several areas with the countries concerned and, consequently, contribute to the integration of the Moroccan economy [3, P. 26–29].

Economic Groups:

- European Union Association Agreement.
- Free Trade Agreement Morocco-States of the European Free Trade Association.

Bilateral Free Trade Agreements:

- Egypt
- Jordan
- Tunisia
- Turkey
- United Arab Emirates
- United States

The industrial acceleration plan 2014-2020

The strategy "Emergence 2009-2015" focused on stimulating industry, was concluded in a program contract that mobilizes and coordinates the actions of the state and economic operators to create a strong industrial sector. The new industrial strategy called "Industrial acceleration plan for 2014-2020", builds on the achievements and maintains leadership in the world professions of Morocco, as well as integrates other classic channels of the national industrial fabric, such as textiles and leather [5].

Energy Strategy 2030

The energy strategy is based on a long-term vision, the purpose of which is to ensure the country's energy security by diversifying national energy sources using alternative energy sources. It also aims to ensure broad access to energy at competitive prices and the appropriation of advanced technologies that contribute to the accumulation of experience, as well as to preserve the environment, safety, and health of citizens [9, P. 30–38].

Port Strategy 2030

The most important link in the supply chains of foreign trade, the ports of Morocco are an important lever of development, the effectiveness of which plays an important role. The new national Ports Strategy for the period up to 2030 aims to support economic changes by forecasting the demand for port infrastructure and further integrating Morocco into global competitiveness [9, P. 52–57].

Conclusion

The purpose of this article was to analyze the actions, measures and policies adopted to enhance the attractiveness of Morocco. The reorganization of the business regulatory environment has played an important role in ameliorating the foreign investment attractiveness policy in Morocco. Indeed, the services provided like the assumption by the Moroccan government of part of the costs of training, the establishment of infrastructure and the acquisition of the necessary land have improved the image of Morocco in relation to foreign investors.

Certainly, the establishment of such a regime can be a way to boost competitiveness and attract more foreign investment flows into the Kingdom of Morocco. In general, competitiveness is not just about the exchange rate regime, but it also relates on many structural factors, such as the quality of institutions, the development of infrastructure, the efficiency of the market in allocating factors of production (labor, capital) to their most efficient uses, the development of the quality of the education system and technological innovation.

The results of our work show the positive effect of the strategies and measures taken by the Moroccan government to attract foreign direct investment over the past 20 years which may be interesting for other authors.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Azzouzi A. Impact of the Exchange Rate and Price Volatility on FDI Inflows: Case of Morocco and Turkey / A. Azzouzi, A. Bousselhami // *Applied Economics and Finance*. – 2019. – P.87-104. [Electronic resource]. URL: <https://bit.ly/308weQn>. (accessed 12.07.2021)
2. Chems Karima. FDI: Beware of risks / Chems Karima. – 2019. [Electronic resource]. URL: <https://leseco.ma/opinion/ide-attention-aux-risques.html>. (accessed 12.07.2021)
3. Global Investment Report. Special economic zones. – 2019. – P. 25-32. [Electronic resource]. URL: https://unctad.org/fr/system/files/official-document/wir2019_overview_fr.pdf. (accessed 12.07.2021)
4. Guillaumont Jeanneney. The challenges of reforming Morocco's exchange rate regime / Guillaumont Jeanneney. – 2019. [Electronic resource]. URL: <https://bit.ly/37b6CUr>. (accessed 12.07.2021)
5. Hmioui A. Investment climate and Morocco's attractiveness for foreign direct investment / A. Hmioui // *Moroccan Journal of Management and Economics*. – Vol.5. – 2011. [Electronic resource]. URL: <https://bit.ly/2PVM7mN>. (accessed 12.07.2021)
6. Ministry of Economy and finance. Economic and Financial Report. – P.20- 38. [Electronic resource]. URL: https://www.finances.gov.ma/Publication/db/2016/ref_fr.pdf/ (accessed 12.07.2021)
7. Ministry of Economy and finance/ Summary Of The Economic And Financial Report And The Finance Bill 2020/ [Electronic resource]. – P.1- 9. URL: <https://clck.ru/WpPAM> (accessed 12.07.2021)
8. Office of the High Commissioner for Development/ Foreign direct investment in Morocco: developments and effects on economic growth. – P.28- 41. [Electronic resource]. URL: <https://www.hcp.ma/file/138089/> (accessed 12.07.2021)
9. Office of the High Commissioner for Development/ Prospective "Morocco 2030". P.4-59. [Electronic resource]. URL: <https://www.hcp.ma/file/111437/> (accessed 12.07.2021)

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.133>

АНАЛИЗ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЫ

Научная статья

Азаров И.А.*

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, Санкт-Петербург, Россия

* Корреспондирующий автор (79313054732[at]yandex.ru)

Аннотация

В условиях глобализации и усиливающейся конкурентной борьбы катализатором развития экономики и ее драйвером становится инновационная деятельность предприятий. В частности, это касается производственной сферы, где инновации позволяют ускорить процессы производства, выпуска, реализации и продвижения продукта. Данный факт формирует непосредственную конкурентоспособность предприятия, стимулирует его развитие и выводит на новые экономические рынки. Однако, на инновационную деятельность предприятий производственной сферы оказывают влияние множество разнообразных факторов, как внутреннего, так и внешнего характера. В данной статье речь идет именно о факторах инновационной активности предприятий производственной сферы. Цель статьи заключается в определении и систематизации актуальных факторов, влияющих на инновационную деятельность и активность предприятий производственной сферы.

Ключевые слова: инновационная деятельность, предприятия производственной сферы, инновационная активность, инновационный потенциал, факторы инновационной активности, развитие, инновации.

AN ANALYSIS OF EXTERNAL AND INTERNAL FACTORS OF INNOVATION ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Research article

Azarov I.A.*

Saint-Petersburg University of Humanities and Social Sciences, St. Petersburg, Russia

* Corresponding author (79313054732[at]yandex.ru)

Abstract

In the context of globalization and increasing competition, the innovative activity of enterprises becomes a catalyst and a driver for the development of the economy. Particularly, this applies to the production sector, where innovations allow for speeding up the processes of production, release, sale and promotion of a product. This fact forms the direct competitiveness of the enterprise, stimulates its development and brings it to new economic markets. However, the innovative activity of industrial enterprises is influenced by a variety of factors, both internal and external. The current article discusses the factors of innovative activity of enterprises in the production sector. The purpose of the article is to identify and systematize today's factors affecting the innovation activity and activity of enterprises in the production sector.

Keywords: innovative activity, enterprises of the production sphere, innovative activity, innovative potential, factors of innovative activity, development, innovation.

Ориентация экономического развития Российской Федерации на инновации, подтвержденная научно-технической стратегией страны, определяет возрастающую роль инновационных процессов на предприятиях и приводит к повышению требований к качеству управления. Это, в свою очередь, актуализирует научно-исследовательскую работу по разработке системы управления инновационной деятельностью на предприятиях.

Любая деятельность предприятий производственной сферы подвержена воздействию совокупности факторов: внешних и внутренних. Не исключением является и инновационная деятельность.

Нельзя не отметить, что на сегодняшний день наблюдается высокая степень интеграции науки, производственной сферы и общества, где инновации играют важнейшую роль в развитии производственной сферы и общества, что влечет за собой развитие инноваций и в научной сфере.

Инновационная активность предприятий — это, по сути, интенсивность применения инноваций в производственной и сбытовой деятельности, определяющаяся ее эффективностью. Инновационная активность во многом зависит от ряда внешних и внутренних факторов [9].

Внешними факторами считаются те факторы, на которые сама компания влиять не может, при этом существенно зависит от них.

В данном случае, в качестве внешних факторов инновационной активности предприятия можно назвать: уровень спроса и потребления (сюда относятся демографические и экономические факторы, в том числе уровень жизни населения, уровень экономического развития государства и т.д.), сила конкурентной борьбы в данном сегменте рынка, научно-технический прогресс, государственная политика в сфере экономики и инноваций, общемировые тенденции [2].

Если рассматривать данные факторы более подробно, то можно сказать, что наибольшим весом обладает все же спрос, поскольку спрос и предложение друг без друга существовать не могут — невостребованный товар сложно продать и, соответственно, теряется экономический смысл от такой деятельности.

Спрос напрямую оказывает воздействие на активность инновационной деятельности любого предприятия, так как главной целью любого коммерчески ориентированного бизнеса является получение прибыли от продаж. Спрос формируется под влиянием собственных факторов: упомянутой выше демографической и экономической ситуации. К примеру, в условиях пандемии на первый план вышли медицинская и технологическая сферы, соответственно, спрос на них вырос и прибыль увеличилась. Также немаловажным фактором служит и благосостояние целевой аудитории,

покупательская способность населения. Сюда же можно отнести и повышение требований к качеству продукции и ужесточению сертификации качества.

Далее по значимости идет уровень конкуренции на рынке, то есть уровень предложения. Предложение формирует общерыночные цены на продукт, что также активизирует либо наоборот снижает инновационную активность предприятий. Конкуренция в целом выступает как драйвер инновационной деятельности, поскольку каждой компании требуется конкурентное преимущество, которое может быть выражено как в скорости производственного цикла, так и в снижении себестоимости продукции, либо наделение ее какими-либо специфическими свойствами, отличающими ее от продукции конкурентов. Однако, это может привести и к противоположному результату – инновационная активность существенно замедляется при долговременной конкурентной борьбе, так как рано или поздно финансовые ресурсы имеют свойство заканчиваться.

В современных условиях научно-технический прогресс ускоряется с удвоенной силой, что обусловлено глобализацией и обменом опытом с передовыми компаниями. Именно этот фактор определяет неизбежность инновационной деятельности для каждой компании. Конечно, сегодня ценятся и компании, придерживающиеся традиций, однако, консервативным предприятиям попросту не выжить на рынке в современных условиях, так как устаревшие методы производственной деятельности, зачастую, являются более дорогостоящими, чем передовые.

Нельзя преуменьшать и влияние государства на инновационные процессы, поскольку каждое государство оказывает непосредственное влияние – стимулирует инновационное развитие, либо не поддерживает его совсем. Действия государства в области инноваций могут быть условно разделены на косвенные и непосредственные. Их наличие, сила и влияние на инновационную деятельность определяются уровнем экономического развития и выбранным вектором государства.

Косвенная деятельность по стимулированию инновационной активности предприятий заключается в формировании определенных условий для развития. Здесь важную роль играет налоговая и денежно-кредитная политика. Так, к примеру, снижение налогообложения в наукоемких сферах повышает привлекательность данных сфер и активизирует деятельность. Не так давно приняты поправки в законодательстве относительно снижения налоговых ставок для ИТ-сферы с 20% до 3% [8]. Поправки вступили в силу с 1 января 2021 года. Это должно существенно активизировать инновационные процессы в сфере информационных технологий и привлечь дополнительные инвестиции.

Немаловажное значение в инновационной деятельности предприятий занимают и вопросы регулирования интеллектуальной собственности, ноу-хау, секрета производства. В частности, это касается патентного и лицензионного права, то есть защиты интересов предприятий в разработке собственных инноваций [3].

Помимо косвенных методов активизации инновационной деятельности предприятий со стороны государства также осуществляются и непосредственные (прямые) действия. Они заключаются в поддержке конкретных инновационных проектов или компаний. Данные механизмы поддержки реализуются посредством осуществления государственного заказа, субсидирования и других методов, имеющих целевую основу [4].

Помимо внешних факторов, на инновационную деятельность предприятия оказывают влияние и внутренние факторы, которые выражаются в виде инновационного потенциала, где последний трактуется как совокупность ресурсов предприятия и результатов его инновационной деятельности во взаимосвязи и взаимодействии между собой и внешней средой, которые проявляются при определенных организационно-управленческих условиях с целью решения задач обеспечения устойчивости экономического развития производственного предприятия и повышения его конкурентоспособности [7]. Кроме того, что производственное предприятие обладает инновационным потенциалом, является важным оценить, насколько эффективно он используется.

К показателям инновационного потенциала специалисты относят:

- Человеческие ресурсы (кадровый потенциал);
- Финансовые ресурсы;
- Интеллектуальные ресурсы;
- Материальное обеспечение;
- Управленческие ресурсы;
- Маркетинговые ресурсы.

Человеческие ресурсы, определенно, являются центральными в данном перечне, поскольку, даже имея хорошую базу для осуществления инновационной деятельности, при отсутствии квалифицированного персонала, обладающего хорошим потенциалом, трудно добиться видимых и эффективных результатов. Немаловажны и финансовые ресурсы, которые стоят на одной ступени с материально-технической базой, так как компания, обладающая достаточными материальными ресурсами, с большей вероятностью, сможет вести более активную инновационную деятельность.

На современном этапе развития экономики в Российской Федерации существуют объективные барьеры для развития инновационной деятельности предприятий промышленного сектора. К ним можно отнести:

— Упадок производственной сферы: недостаточный уровень инновационного потенциала предприятий, низкая компетенция структурных единиц по организации инновационной деятельности, проблемы обеспечения безопасности интеллектуальной собственности;

— Проблемы кадрового обеспечения: нехватка квалифицированных специалистов в сфере управления инновациями, старение кадров, высокая текучесть;

— Проблемы финансирования: сложности в привлечении инвестиций, низкая инвестиционная привлекательность российского промышленного сектора, трудности получения льготного кредитования, низкий уровень частного инвестирования в производственный сектор;

— Проблемы выхода на рынок, связанные с неразвитостью и недостаточностью инновационной инфраструктуры;

— Несовершенство законодательной базы в сфере инновационной деятельности производственного предприятия: недостаточная развитость законодательно-правовой базы, регулирующей инновационную деятельность, существенно сдерживает инновационное развитие предприятий производственной сферы;

— Налоговая политика государства: высокий уровень налоговой нагрузки на предприятия, недостаточность льготного налогообложения предприятий, осуществляющих инновационную деятельность;

— Устаревшее мышление менеджмента производственных предприятий: чрезмерная консервативность и боязнь перемен;

— Необеспеченность информацией о рынках сбыта инновационной продукции, о имеющихся новых технологиях производства, управления и т.п.

Данный перечень может дополнить такой фактор как государственная поддержка инновационной деятельности производственного предприятия, потому как имеет двоякое влияние на инновационную деятельность предприятий производственной сферы. Так, если положительной стороной данного фактора является стимулирование развития исследовательской базы на производстве, обеспечение производственных предприятий научным оборудованием и т.п., то в качестве отрицательной стороны можно выделить следующие моменты:

- установление порядка работы с засекреченной информацией по инновационным разработкам, что снижает информационную открытость и ведет к бюрократическим барьерам при работе с информацией, необходимой для ведения инновационной деятельности предприятиями;

- отсутствие реальной государственной поддержки посредством прямого кредитования производственных предприятий, занимающихся инновационной деятельностью, без финансовых посредников;

- непонятность системы критериев выбора проектов, которым оказывается государственная поддержка, что влияет на процессы конкуренции среди предприятий производственной сферы;

- создание неблагоприятных условий в результате увеличения количества необоснованных проверок деятельности производственного предприятия, что отвлекает менеджмент предприятий от управления инновационной деятельностью;

- необходимость доказывать производственному предприятию инновационный характер своей деятельности для получения государственной поддержки, что связано с несовершенством законодательной базы в области ведения инновационной деятельности предприятием [3].

Отдельно стоит отметить существенное влияние на инновационную деятельность предприятий производственной сферы комплексного фактора – материально-технической базы. Этот фактор является, с одной стороны, зависимым от финансового фактора и фактора государственной поддержки, а с другой, оказывает влияние на ряд внутренних факторов:

— при недостаточном уровне материально-технической базы наблюдается отсутствие или несовершенство нормативно-справочной документации и конструкторско-технологической документации;

— при использовании устаревшего оборудования сложно поддерживать даже имеющийся уровень производства, поскольку, очень сложно найти комплектующие для ремонта оборудования;

— сложно интенсифицировать производство, поскольку оборудование зачастую сильно изношено и не отвечает международным и национальным нормативам.

Таким образом, можно заключить, что центральным барьером для развития инновационной деятельности предприятий производственной сферы, объединяющим в себе ряд внешних и внутренних факторов, является изношенность материально-технической базы.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы/ References

1. Веретенникова О.Б. Сущность и классификация инноваций и инновационной деятельности / О.Б. Веретенникова, Е. Г. Шеина // Journal of new economy. 2017. №5 (37). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-klassifikatsiya-innovatsiy-i-innovatsionnoy-deyatelnosti> (дата обращения: 05.07.2021).
2. Kabanov V.A. Factors of innovative activity of scientific enterprises / V.A. Kabanov // Молодежь. Общество. Современная наука, техника и инновации. 2020. № 19. С. 189-191.
3. Наумов А.Ф. Инновационная деятельность предприятия: Учебник. Гриф МО РФ: моногр. / А.Ф. Наумов. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 290 с.
4. Пилипенко А.В. Инновационная активность российских предприятий: условия роста / А.В. Пилипенко. - М.: Маркет ДС, 2014. - 432 с.
5. Плотников Д.А. Инвестирование инновационной деятельности наукоемких высокотехнологичных предприятий. Монография / Д.А. Плотников. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 319 с.
6. Сафаров К.А. Инновационная деятельность в предпринимательстве и конкурентоспособность промышленных предприятий в условиях рыночных отношений / К.А. Сафаров, Н.Ш. Саидов // Kishovar. 2019. № 3. С. 181-184.
7. Теребова С. В. Инновационный потенциал предприятия: структура и оценка / С. В. Теребова // Научные труды: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. 2017. №15. – с.336 -354
8. Удалова М. Налоговый маневр в IT-отрасли: что изменится с 1 января в налогообложении компаний и кто сможет воспользоваться льготами? / М. Удалова // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/ia/opinion/author/udalova/1421168/> (дата обращения: 06.07.2021)
9. Чернова А. С. Сущность инновационной активности предприятий / А. С. Чернова // Молодой ученый. — 2015. — №1. — С. 311-312. — [Электронный ресурс]. URL <https://moluch.ru/archive/81/14627/> (дата обращения: 06.07.2021)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Veretennikova O. B. Sushhnost' i klassifikacija innovacij i innovacionnoj dejatel'nosti [The essence and classification of innovations and innovative activity] / O. B. Veretennikova, E. G. Sheina // Journal of New Economy. 2017. №5 (37). [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-klassifikatsiya-innovatsiy-i-innovatsionnoy-deyatelnosti> (accessed: 05.07.2021) [in Russian]
2. Kabanov V.A. Factors of innovative activity of scientific enterprises / V. A. Kabanov // Molodezh'. Obshchestvo. Sovremennaja nauka, tekhnika i innovacii [Youth. Society. Modern science, technology and innovation]. 2020. № 19, pp. 189-191 [in Russian]
3. Naumov A. F. Innovacionnaja dejatel'nost' predpriyatija: Uchebnik [Innovative activity of an enterprise: a textbook] / A. F. Naumov. - M.: INFRA-M, 2017. - 290 p. [in Russian]
4. Pilipenko A.V. Innovacionnaja aktivnost' rossijskikh predpriyatij: uslovija rosta [Innovative activity of Russian enterprises: growth conditions] / A.V. Pilipenko. - M.: Market DS, 2014. - 432 p. [in Russian]
5. Plotnikov D. A. Investirovanie innovacionnoj dejatel'nosti naukoemkikh vysokotekhnologichnykh predpriyatij. Monografija [Investing in innovative activities of high-tech high-tech enterprises. A Monograph] / D. A. Plotnikov. - M.: INFRA-M, 2017. - 319 p. [in Russian]
6. Safarov K. A. Innovacionnaja dejatel'nost' v predprinimatel'stve i konkurentosposobnost' promyshlennykh predpriyatij v uslovijah rynochnykh otnoshenij [Innovative activity in entrepreneurship and the competitiveness of industrial enterprises in the conditions of market relations] / K. A. Safarov, N. Sh. Saidov // Kishovarz. 2019. № 3, pp. 181-184 [in Russian]
7. Terebova S. V. Innovacionnyj potencial predpriyatija: struktura i ocenka [Innovative potential of the enterprise: structure and evaluation] / S. V. Terebova // Nauchnye trudy: Institut narodnokhozjajstvennogo prognozirovaniya RAN [Scientific works: Institute of National Economic Forecasting of the Russian Academy of Sciences]. 2017. No. 15. - pp. 336 -354 [in Russian]
8. Udalova M. Nalogovyj manevr v IT-otrasli: chto izmenitsja s 1 janvarja v nalogooblozhenii kompanij i kto smozhet vospol'zovat'sja l'gotami? [Tax maneuver in the IT industry: what will change from January 1 in the taxation of companies and who will be able to take advantage of the benefits?] / M. Udalova // [Electronic resource]. URL: <https://www.garant.ru/ia/opinion/author/udalova/1421168/> (accessed: 06.07.2021) [in Russian]
9. Chernova A. S. Sushhnost' innovacionnoj aktivnosti predpriyatij [The essence of innovative activity of enterprises] / A. S. Chernova // Molodoj uchenyj [Young scientist]. - 2015. - No. 1. - pp. 311-312. - [Electronic resource]. URL: <https://moluch.ru/archive/81/14627/> (accessed: 06.07.2021) [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.134>**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ЧАСТИЧНО МНОГОРАЗОВЫХ РАКЕТ НАД ОДНОРАЗОВЫМИ РАКЕТА-НОСИТЕЛЯМИ**

Научная статья

Рудаков Д.В.¹, Ахметова Г.З.^{2,*}, Кузина Н.А.³, Маковецкий М.Ю.⁴¹ORCID: 0000-0002-1111-2142;²ORCID: 0000-0003-2918-1127;³ORCID: 0000-0001-7447-6843;⁴ORCID: 0000-0001-7963-7909;^{1,3} Омский государственный технический университет, Омск, Россия;^{2,4} Московский университет им. С.Ю. Витте, Москва, Россия

* Корреспондирующий автор (ramziya6[at]yandex.ru)

Аннотация

В данной статье авторами ставятся вопросы развития космической деятельности и отрасли в Российской Федерации в условиях новой парадигмы Space 2.0 и рассматриваются направления повышения конкурентоспособности отечественных предприятий на рынке коммерческих запусков. Выполнен анализ развития взаимодействия российской и американской космической отрасли, а также современного состояния рынка космических услуг на основе оценки долей участников рынка. Приведены результаты сравнительного анализа многоразовых блоков ракет с одноразовыми по конструктивному, функциональному и эксплуатационным критериям. Усовершенствована методика оценки экономической эффективности многоразовых ракет с посадкой на двигательную установку.

Ключевые слова: многоразовость, ракета-носитель, степень, экономическая эффективность.**IMPROVING THE METHODOLOGY OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS
OF PARTIALLY REUSABLE ROCKETS OVER DISPOSABLE LAUNCH VEHICLES**

Research article

Rudakov D.V.¹, Akhmetova G.Z.^{2,*}, Kuzina N.A.³, Makovetsky M.Yu.⁴¹ORCID: 0000-0002-1111-2142;²ORCID: 0000-0003-2918-1127;³ORCID: 0000-0001-7447-6843;⁴ORCID: 0000-0001-7963-7909;^{1,3} Omsk State Technical University, Omsk, Russia;^{2,4} Moscow Witte University, Moscow, Russia

* Corresponding author (ramziya6[at]yandex.ru)

Abstract

In this article, the authors raise the issues of the development of the space industry in the Russian Federation in the context of the new Space 2.0 paradigm and consider the ways to increase the competitiveness of domestic enterprises in the commercial launch market. The study conducts an analysis of the development of interaction between the Russian and American space industry as well as of the current state of the space services market on the basis of an assessment of the shares of market participants. Also, the authors present the results of a comparative analysis of reusable rocket blocks with disposable ones by design, functional and operational criteria. The article contains improvements to the methodology for evaluating the economic efficiency of reusable rockets with landing on a propulsion system.

Keywords: reusability, launch vehicle, stage, economic efficiency.**Введение**

Космическая деятельность в Российской Федерации до сих пор пребывает в парадигме «холодной войны», согласно которой две державы – Россия и США – в ней соревнуются. Но в разные годы цели в этом противостоянии менялись. Как минимум два этапа развития космической отрасли описывают эксперты:

1) На первом этапе цели и задачи освоения космоса СССР и США сводились к необходимости обогнать соперника и доказать превосходство научно-технических достижений того или иного политического режима (первый искусственный спутник Земли, полет человека в космос, полет человека на Луну, запуск межпланетных и лунных станций, стыковка космических кораблей на орбите) [17].

2) На втором этапе, с начала 1970-х годов и по настоящее время, с размещением инфраструктуры для земных отраслей экономики (связи и телекоммуникаций), формируются инвестиционные цели, появляются новые игроки – частные компании, страны (Китай).

Результатом повышения инвестиционной активности в космической отрасли стала ее коммерциализация. Таким образом, в качестве основной цели игроков на третьем этапе ставится добыча полезных ископаемых в космосе в будущем, которая приведет к возникновению новых рынков, новых производств и отношений.

Всё это вынуждает руководство РФ менять стратегию развития космической отрасли, развивать новые экономические формы взаимодействия в XXI веке. При этом все понимают, что при нынешней «космической» скорости происходящих изменений реформы в организации космической деятельности должны быть реализованы как можно быстрее. В противном случае, вероятность ухода с космического рынка России в ближайшие 10-15 лет станет

реальностью. Одним из направлений повышения конкурентоспособности российской космической отрасли и предприятий на мировом космическом рынке является производство многоразовых ракета-носителей.

Все эти изменения обуславливают актуальность темы исследования.

Исследование космической деятельности на современном этапе, выполненное Никласом Петером и Алэном Дюпа, выявило стремительное увеличение числа частных игроков на космическом рынке [10]. Среди них такие новые игроки-частные компании, как Space X, Blue Origin, Rocket Lab, Virgin Galactic, а также более 20 частных компаний в Китае. Этот новый этап развития космической отрасли называют Space 2.0 и прочно связывают с основателем SpaceX Илоном Маском.

В российской космической отрасли работают более 250 тысяч человек более чем на 100 предприятиях, которые созданы на основе государственного участия. К основным игрокам российской космической деятельности можно отнести следующие:

– ПАО «Ракетно-космическая корпорация (РКК) «Энергия» имени С.П. Королёва» - создание этого предприятия привело к возникновению отечественной аэрокосмической отрасли. Предприятие разрабатывает пилотируемые и автоматические космические и ракетные системы [11];

– АО «Ракетно-космический центр (РКЦ) «Прогресс», расположенный в г. Самара (ракеты-носители предприятия предназначены для запуска пилотируемых и транспортных кораблей на Международную космическую станцию (МКС) [12];

– Государственный космический научно-производственный центр (ГКНПЦ) имени М. В. Хруничева - разрабатывает и реализует серийное производство ракет-носителей [13];

– Акционерное общество «Информационные спутниковые системы» имени академика М. Ф. Решетнёва» занимается разработкой и производством различных космических аппаратов связи, телевидения [14];

– Акционерное общество «Научно-производственное объединение им. С.А. Лавочкина» разрабатывает и производит автоматические космические комплексы, системы для проведения различных исследований, для выведения космических аппаратов на околоземные орбиты и отлётные от Земли траектории [15].

Все вышеназванные предприятия в настоящее время включены в состав государственной корпорации «Роскосмос», созданной в целях координирования и правового регулирования действий российских игроков, осуществляющих деятельность в космической сфере, обеспечения реализации государственной политики и развитие международного сотрудничества в данной области [18]. Необходимо отметить, что в 50-60-х гг. XX в. наблюдалось стремительное развитие космической отрасли в СССР, что позволило в начале перехода к рыночной экономике от плановой (нач. 90-х годов) этим предприятиям успешно выйти на международный рынок космических услуг за счет формирования предложения, основанного на дешевых ракета-носителях (РН) и технологических разработках в двигателестроении.

Такая стратегия охвата рынка космической продукции и услуг привела к его быстрому освоению и его контролю со стороны российских предприятий (до 60% коммерческих пусков). Но это продолжалось недолго, а именно до середины 90-х годов XX, поскольку имеющийся потенциал был быстро исчерпан, а кризисное состояние экономики не способствовало его восстановлению. В этот период космическая деятельность, в целом, переживала спад, а количество пусков сократилось почти в 2 раза (см. рисунок 1, 2).

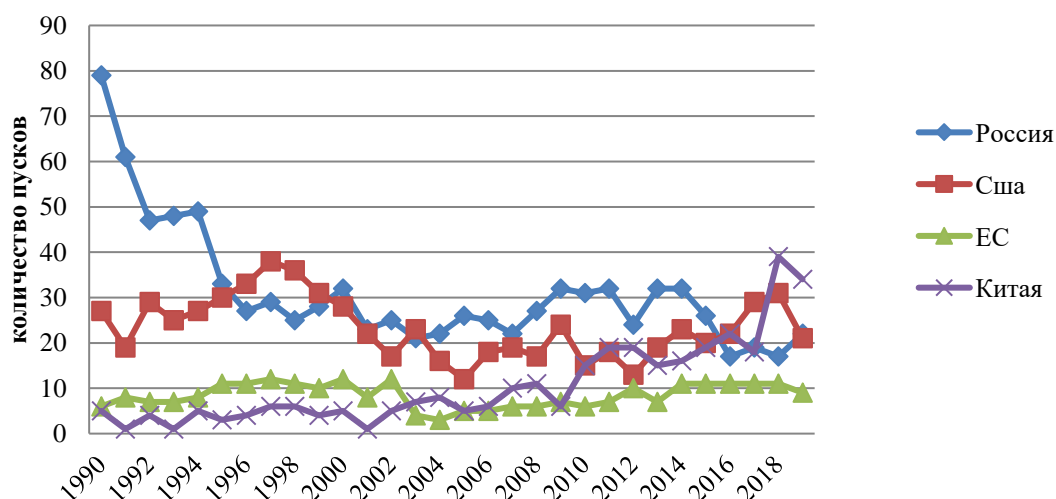


Рис. 1 – Запуски ракет по странам с 1990 по 2019 гг.

Примечание: составлено авторами на основе данных из открытых источников

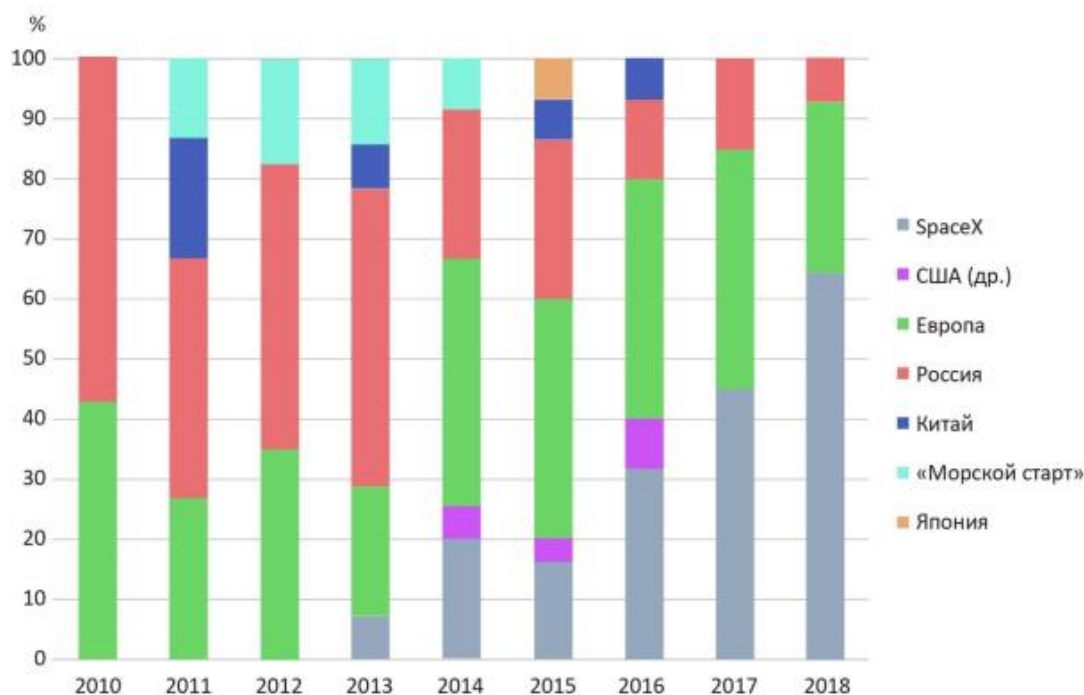


Рис. 2 – Доля компаний и стран на рынке коммерческих запусков по данным Tim Hughes, SpaceX

Одновременно в середине 90-х XX в. космическая деятельность в ряде западных стран развивалась под другие цели. На этапе становления космической отрасли ракета рассматривалась как средство доставки боеголовки с ядерным зарядом, а космическая деятельность в её фундаментальных и прикладных задачах выступала «побочным продуктом». В связи с этим создание и использование многоразовой ракетной техники было не востребовано.

Однако в начале XXI века ситуация кардинально меняется, и ракетно-космическая техника начинает использоваться по сценарию «многоразовости» (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Классификация ракеты-носителей по многоразовости использования

Типы ракет-носителей	Многоразовость (частичная многоразовость)	Действующая (разрабатываемая)	Страна производитель
Falcon 9	Частичная многоразовая	Действующая	США
Falcon Heavy	Частичная многоразовая	Действующая	США
New Glenn	Частичная многоразовая	Разрабатываемая	США
Super Heavy	Многоразовая	Разрабатываемая	США
Чанчжэн-8	Частичная многоразовая	Разрабатываемая	Китай
NewLine-1	Частичная многоразовая	Разрабатываемая	Китай
Ангара	Одноразовая	Разрабатываемая	Россия
Союз-5	Одноразовая	Разрабатываемая	Россия
Енисей	Одноразовая	Разрабатываемая	Россия

Примечание: составлено авторами на основе данных из открытых источников

Современный этап развития космической отрасли получил название Space 2.0. Он характеризуется тем, что при содействии государства, на рынок космических услуг начали выходить частные компании, меняется парадигма космических услуг. Но российская космическая отрасль до сих пор находится в стороне от этих изменений, что в значительной мере ухудшает ее позиции на рынке [4].

В настоящее время в России в эксплуатации находятся ракетносители «Союз» (на базе ракеты Р 7) и «Протон-М» (прекращен выпуск ракета). Разрабатываемые ракеты «Ангара», «Союз 5» являются одноразовыми ракетами и не вписываются в новую парадигму развития космонавтики, в которой приоритетными направлениями являются:

- создание низкоорбитальных группировок спутников для обеспечения доступа к интернету населения Земли (до нескольких десятков тысяч спутников);
- проектирование окололунной космической станции и создание базы на Луне;
- исследование Марса.

Цели федеральной космической программы России на 2016 – 2025 годы содержат отдельные элементы новой парадигмы. Так, например, в задачах программы есть установка на формирование состава орбитальной группировки космических аппаратов, достаточного для удовлетворения потребностей социально-экономической сферы, науки, защиты населения от чрезвычайных ситуаций [1].

Таким образом, разница в масштабах целевых установок очевидна.

В связи изложенным целью данного исследования является оценка экономической эффективности многоразовых ракет-носителей по сравнению с одноразовыми.

В исследовании использовались такие методы как, обобщение и систематизация, системный и комплексный анализ; сравнительные методы; метод анализа и синтеза; графические методы [2].

Сегодня в научных кругах нет определенности по поводу многоразовости в ракетной технике. Но рассуждения о возможностях многоразового использования отдельных элементов ракеты-носителя (РН) возникли еще в 1970-х гг. в США и СССР из-за дороговизны пусков.

Рассматривались варианты спасения первых ступеней (ускорителей) без парашютов на воду, с парашютной системой и с помощью тормозных двигателей. Однако эти идеи так и не были до конца реализованы из-за ухудшения летных характеристик ракет. В советском проекте «Подъём» (1971-1973 гг.) посадка блоков первых ступеней ракеты-носителя (РН) предусматривалась только на землю в районе падения.

Существенное влияние на внешний облик ракетно-космического комплекса «Энергия-Буран» оказала работа по исследованию многоразового использования его блоков «А». Авторы исследования заявляли, что спасение и многоразовое использование составных частей РН возможно реализовать только для блоков первых ступеней [9, С. 91].

Однако испытания ракеты StarShip (которая будет полностью многоразовой), а также демонстрация на практике успешных спасений створок обтекателей ракеты Falcon 9 (см. таблицу 2) доказали, что полная многоразовость ракеты-носителя вполне реальна.

Таблица 2 – Статистика спасенных створок обтекателя ракеты Falcon 9

Год	Спасенные половинки обтекателей	Повторно используемые в полете
2017	0	0
2018	8	0
2019	12	2
2020	35	12

Примечание: составлено авторами на основе данных из открытых источников

Зарубежный опыт показывает, что большинство ракет-носителей в настоящее время проектируются как частично, так и полностью многоразовые. Например, многоразовые ракеты семейства Falcon частично уже находятся в эксплуатации. В то время как в российском ракетостроении до сих пор ракеты-носители проектируются как одноразовые.

Разработки современных ракет ведутся на новых современных предприятиях с небольшими проектными командами, которые оперативно могут проверить свои расчеты на полигонах и заводах. В России, наоборот, как наследство от СССР, в данной отрасли до сих пор функционируют огромные заводы, которые не отвечают современным требованиям проектирования и изготовления современных ракет-носителей. Так, например, передача создания одной из последних ракет на один из заводов, функционирующего в составе корпорации «Государственного космического научно-производственного центра имени М.В.Хруничева», заняла шесть лет. Для сравнения за эти шесть лет компания Space X разработала пилотируемый корабль, ракету Falcon Heavy.

В таблице 3 приведен технический анализ эффективности многоразовых ракет на основе сравнения их одноразовых и многоразовых блоков по конструктивным, функциональным и эксплуатационным сходствам и различиям.

Таблица 3 – Технический анализ отличий многоразовых блоков ракет от одноразовых по конструктивным, функциональным и эксплуатационным критериям

Конструктивные	Функциональные	Эксплуатационные
доработка одноразового ракетного блока в многоразовый происходит за счет проектирования системы спасения с дальнейшей отработкой и летными испытаниями доработанного блока;	одноразовый блок после окончания функционирования в составе первой ступени РН отделяется от верхних блоков и в неуправляемом баллистическом полёте падает в расчётный район приземления	одноразовый блок после штатного использования и приземления утилизируется
если многоразовость закладывается на этапе проектирования ракеты, то расчётной альтернативой становится одноразовый блок, который выполняет свои функции только на активном участке полёта первой ступени РН	многоразовый блок первой ступени после отделения от верхних блоков ракеты, используя системы спасения возвращается обратно на землю для дальнейшего использования.	многоразовый блок после штатного использования возвращается к месту старта или после приземления в районе посадки доставляется на техническую позицию стартового комплекса.

Примечание: составлено авторами на основе данных из открытых источников

Далее приведем формулу 1 оценки эффективности многоразового использования блоков первых ступеней, которая была разработана в исследовании «Магистраль-6-3-ЦСКБ» (2007) [3]:

$$\mathcal{E}_{\text{полн}} = M \times (N_l - D \times N_{\text{мн}} + Q - R) \quad (1)$$

- где, M – зависит от стоимости ракеты, а также коэффициентов стоимости первой ступени от общей стоимости РН и уменьшения стоимости серии в производства от опытного образца;
- N_1 – показывает стоимость одноразового использования блоков в программе запусков;
- D – это увеличение стоимости по доработке блока ракеты, чтобы использовать его повторно.
- N_{MH} – количество необходимых многоразовых блоков при годовой пусковой программе.
- Q – использование одноразовых блоков в РН.
- R – затраты на доработку и эксплуатацию многоразовых блоков РН.

Более подробно формула 1 и ее составляющие описаны в исследовании Советкина Ю. А., Щербиной Д. В. [9].

Данная формула подходит только для расчета стоимости РН, которая преобразуется в частично многоразовую при доработке. Она не позволяет рассчитать экономическую эффективность частично многоразовой ракеты или полностью многоразовой ракеты, изначально проектируемой под задачи многоразовости.

Для экономической оценки многоразовости ракет авторы статьи предлагают формулу расчета, в которой все относительные коэффициенты изменения назначаются экспертами (не имели подтверждения практической реализации).

Существующая современная практика многоразового использования ракет Falcon 9, а также разрабатываемая многоразовая система Starship Super Heavy позволяет нам модернизировать данную формулу.

Для определения эффективности многоразовой ракеты-носителя над одноразовой запишем следующие равенство:

$$C_{1ст} + n \times C_{2ст} + \sum_{n=2}^{\infty} \left(\frac{C_{1ст}}{n-1} + \frac{C_{стг}}{n-1} \right) + (n-1) \times (C_{тр} + C_{рем}) \leq n \times C_p \quad (2)$$

- где, $C_{1ст}$ – стоимость 1 ступени многоразовой ракеты;
- $C_{2ст}$ – стоимость 2 ступени многоразовой ракеты;
- $C_{тр}$ – стоимость транспортировки многоразовой ступени к месту ремонтных работ;
- $C_{рем}$ – ремонтно-восстановительные работы многоразовой ступени;
- $C_{стг}$ – многоразовые створки головного обтекателя;
- n – количество повторных запусков многоразовых блоков ракет;
- C_p – стоимость одноразовых ракет.

Рассмотрим несколько вариантов оценки полученного результата.

1) при $n \geq 100$ – в этом случае частично многоразовые и многоразовые ракеты экономически эффективны по сравнению с одноразовыми. Это происходит за счет невозможности физического изготовления такого количества одноразовых ракет на производстве.

2) при $10 \leq n \leq 100$ – во втором варианте формула (3) может быть рассмотрена в упрощенном варианте, как:

$$C_{1р} > C_{рем} + C_{регл} \quad (3)$$

где, $C_{регл}$ – регламентные работы после 10 полетов многоразовой ракеты;

$C_{1р}$ – стоимость изготовления одноразовой первой ступени.

3) $n \leq 10$ – данный вариант реализуется в настоящее время на практике на единственной в мире ракете Falcon 9. Одновременно разрабатываются методика и регламент по обслуживанию многоразовых ракет, а в будущем периоде объем ремонтно-восстановительных работ должен составить 72 часа.

В таблице 4 приведены результаты запусков повторных первых ступеней ракеты Falcon 9 по годам.

Восстановления первой ступени Falcon 9 составляет 37 дней.

Даже в третьем варианте многоразовость ракеты Falcon 9 экономически эффективна по сравнению с российскими ракета-носителями любых классов [6]. К настоящему времени компания Space X добилась того, что коммерческий рынок запуска спутников на 70% принадлежит ей.

Таблица 4 – Количество повторных запусков первой ступени ракеты Falcon 9

Год	Количество полетов								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2017	13	5	0	0	0	0	0	0	0
2018	10	12	1	0	0	0	0	0	0
2019	7	5	4	1	0	0	0	0	0
2020	5	3	4	6	4	2	2	0	0
2021				1				2	1

Примечание: составлено авторами на основе данных из открытых источников

В 2021 году намечен выход ряда ракета-носителей разного класса новой космической парадигмы, так называемый New Space [5]. Российская космонавтика до сих пор не встретила в новую парадигму развития космической отрасли и продолжает производить ракеты-носители, созданные еще в середине XX века [8]. При этом создание новых ракет-носителей находится в стадии эскизного проектирования. В федеральной космической программе России на 2016 – 2025 годы предусмотрены разработки частично многоразовых ракет среднего и легкого класса «Союз 5» и «Крыло СВ», испытания которых запланированы в 2023 году. По предварительным оценкам РФ по проектированию и разработке многоразовых ракет отстает от США и Китая примерно на 10 лет.

В ближайшее время компания Space X запланировала полет полностью многоразовой ракеты компании Space X Starship, о чем сообщила в СМИ. Это событие полностью изменит коммерческий рынок запусков и освоения дальнего космоса.

Заключение

Таким образом, в данном исследовании сделан акцент на необходимости быстрой перестройки российской космической отрасли на новую парадигму, так как проектирование и создание одноразовых ракет в недалеком будущем станет убыточным направлением из-за выхода на рынок многоразовых ракет-носителей. В этих условиях российские предприятия космической отрасли значительно уступят свои позиции на рынке запуска спутников, а потери российской экономики будут гораздо выше, так как объем финансовой поддержки необходимо будет значительно увеличить. Если космическая деятельность Российской Федерации не поменяется в ближайшее время, то наша страна по запуску ракет займет в лучшем случае 6 место, обслуживая лишь нужды военных и государственные заказы внутреннего рынка.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Федеральная космическая программа России на 2016-2025 годы утверждена Постановлением Правительства РФ от 23 марта 2016 г. № 230. – [Электронный ресурс]. URL: // <https://www.roscosmos.ru/22347/> (дата обращения: 10.03.2020).
2. Измайлов М. К. Современное состояние, проблемы и пути повышения эффективности использования основных средств промышленного предприятия / М. К. Измайлов // Вестник Московского университета им. С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2020. – № (32). – С. 96–101.
3. Оценка эффективности многоразовости ступеней и предложения по вариантам многоразовой ракетно-космической системы: Научно-технический отчет по теме «Магистраль-6-3-ЦСКБ», № госрегистрации 353П-000-32223-1151. 2007 / Самарский государственный аэрокосмический университет. – Самара: СГАУ, 2007. – 68 с.
4. Пайсон Д. Б. Многоуровневая структура международного космического рынка и анализ производительности труда в мировой ракетно-космической промышленности / Д. Б. Пайсон, И. Э. Фролов // Космические исследования. – 2020. – Т. 58. – № 3. – С. 249–258.
5. Пайсон Д. Б. Институциональная среда космической деятельности: тенденции развития в условиях глобализации / Д. Б. Пайсон // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – Выпуск № 7. – С. 82–90. – [Электронный ресурс]. URL: <https://arxiv.gau.ru/s0131-22270000616-2-1-ru-11/> (дата обращения: 26.09.2020).
6. Пайсон Д. Б. «Новый космос»: к проблеме идентификации особенностей современного периода развития международной космической деятельности / Д. Б. Пайсон, М. А. Бендилов // Стратегическое планирование и развитие предприятий: материалы XX всероссийского симпозиума. Москва, 9-10 апреля 2019 г. / под ред. чл.-корр. РАН Г. Б. Клейнера. – Электрон. текст. дан. (30,3 Мб). – М.: ЦЭМИ РАН, 2019. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM)
7. Рудаков Д. В. Человеческий капитал как ключевой фактор влияния на эффективность деятельности российских предприятий космической отрасли / Д. В. Рудаков, Г. З. Ахметова, М. Ю. Маковецкий // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2018. – Т. 8. – № 10 А. – С. 40-48.
8. Советкин Ю. А. Анализ требований к развитию или появлению новых отечественных семейств ракет-носителей / Ю. А. Советкин, Н. В. Степанова // Вестник Самарского государственного аэрокосмического университета им. академика С. П. Королёва (Национального исследовательского университета). – 2010. – № 1 (21). – С. 84–90.
9. Советкин Ю. А. Оценка технико-экономической эффективности разработки ракет-носителей с многоразовыми блоками первых ступеней / Ю. А. Советкин, Д. В. Щербин // Вестник Самарского государственного аэрокосмического университета им. академика С. П. Королёва (Национального исследовательского университета). – 2010. – № 1 (21). – С. 91–96.
10. Ehrenfreund P. Toward a Paradigm Shift in Managing Future Global Space Exploration Endeavors / P. Ehrenfreund, N. Peter // Space Policy. – 2009. – V. – 25. – № 4. – P. 244–256.
11. ПАО «Ракетно-космическая корпорация (РКК) «Энергия» имени С.П. Королёва». – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.energia.ru/> (дата обращения 20.03.2020).
12. АО «Ракетно-космический центр (РКЦ) «Прогресс». – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.samspace.ru> (дата обращения 20.03.2020).
13. Государственный космический научно-производственный центр (ГКНПЦ) имени М. В. Хруничева. – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.khrunichev.ru> (дата обращения 20.03.2020)
14. Акционерное общество «Информационные спутниковые системы» имени академика М. Ф. Решетнёва». – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iss-reshetnev.ru/> (дата обращения 21.03.2020).
15. Акционерное общество «Научно-производственное объединение им. С.А. Лавочкина». – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.laspace.ru> (дата обращения 21.03.2020).
16. Госкорпорация «Роскосмос». – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.roscosmos.ru> (дата обращения 20.03.2020).
17. Результаты экспертного исследования «Российская космическая отрасль: ожидания бизнеса и общества». – // [Электронный ресурс]. URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/21269474> (дата обращения 21.03.2020).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Federal'naja kosmicheskaja programma Rossii na 2016-2025 gody utverzhdena Postanovleniem Pravitel'stva RF ot 23 marta 2016 g. № 230 [The Federal Space Program of Russia for 2016-2025 was approved by the Decree of the Government of the Russian Federation] No. 230 of March 23, 2016. - [Electronic resource]. URL: // <https://www.roscosmos.ru/22347/> (accessed: 10.03.2020) [in Russian]
2. Izmailov M. K. Sovremennoe sostojanie, problemy i puti povyshenija ehffektivnosti ispol'zovanija osnovnykh sredstv promyshlennogo predpriyatija [The current state, problems and ways to improve the efficiency of the use of fixed assets of an industrial enterprise] / M. K. Izmailov // Vestnik Moskovskogo universiteta im. S. Ju. Vitte [Bulletin of the S. Yu. Witte Moscow State University. Series 1: Economics and Management]. – 2020. – № (32). – pp. 96-101 [in Russian]
3. Ocenka ehffektivnosti mnogorazovosti stupenej i predlozhenija po variantam mnogorazovojj raketno-kosmicheskijj sistemy: Nauchno-tehnicheskijj otchjot po teme «Magistral'-6-3-CSKB», № gosregistracii 353P-000-32223-1151. 2007 [Evaluation of the effectiveness of reusable stages and proposals for options for a reusable rocket and space system: Scientific and technical report on the topic "Highway-6-3-TsSKB", state registration no. 353P-000-32223-1151. 2007] / Samara State Aerospace University. - Samara: SSAU, 2007. - 68 p. [in Russian]
4. Payson D. B. Mnogourovnevaja struktura mezhdunarodnogo kosmicheskogo rynka i analiz proizvoditel'nosti truda v mirovoj raketno-kosmicheskijj promyshlennosti [The multilevel structure of the international space market and the analysis of labor productivity in the global rocket and space industry] / D. B. Payson, I. E. Frolov // Kosmicheskie issledovanija [Space research]. – 2020. – Vol. 58. – No. 3. – pp. 249-258 [in Russian]
5. Payson D. B. Institucional'naja sreda kosmicheskijj dejatel'nosti: tendencii razvitija v uslovijakh globalizacii [Institutional environment of space activity: development trends in the conditions of globalization] [Electronic resource] / D. B. Payson // Mirovaja ehkonomika i mezhdunarodnye otnoshenija [World economy and international relations]. - 2010. - Issue 7 – pp. 82-90. - [Electronic resource]. URL: <https://arxiv.gaugn.ru/s0131-22270000616-2-1-ru-11/> (accessed: 26.09.2020) [in Russian]
6. Payson D. B. Novyj kosmos»: k probleme identifikacii osobennostejj sovremennogo perioda razvitija mezhdunarodnoj kosmicheskijj dejatel'nosti ["New space": on the problem of identifying the features of the modern period of the development of international space activities] / D. B. Payson, M. A. Bendikov // [Strategic planning and development of enterprises: materials of the XX All-Russian Symposium. Moscow, April 9-10, 2019] / Edited by the corresponding member of RAS G. B. Klejner. - Moscow: Economic Mathematical Institute of the Russian Academy of Sciences, 2019 [in Russian]
7. Rudakov D. V. Chelovecheskijj kapital kak kljuchevoj faktor vlijanija na ehffektivnost' dejatel'nosti rossijskikh predpriyatij kosmicheskijj otrasli [Human capital as a key factor of influence on the efficiency of the Russian enterprises of the space industry] / D. V. Rudakov, G. Z. Akhmetova, M. Yu. Makovetsky // Ehkonomika: vchera, segodnja, zavtra [Economy: yesterday, today, tomorrow]. - 2018. - Vol. 8. - No. 10 A.-pp. 40-48 [in Russian]
8. Sovetkin Yu. A. Analiz trebovanij k razvitiyu ili pojavleniju novykh otechestvennykh semejstv raket-nositelej [Analysis of requirements for the development or emergence of new domestic families of launch vehicles] / Yu. But. Sovetkin, N. V. Stepanova // Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo aehrokosmicheskogo universiteta im. akademika S. P. Koroljova (Nacional'nogo issledovatel'skogo universiteta) [Bulletin of the Samara State Aerospace University named after academician S. P. Korolev (National Research University)]. – 2010. – № 1 (21). – pp. 84-90 [in Russian]
9. Sovetkin Yu. A. Ocenka tekhniko-ehkonomicheskijj ehffektivnosti razrabotki raket-nositelej s mnogorazovymi blokami pervykh stupenej [Evaluation of the technical and economic efficiency of the development of launch vehicles with reusable blocks of the first stages] / Yu. A. Sovetkin, D. V. Shcherbin // Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo aehrokosmicheskogo universiteta im. akademika S. P. Koroljova (Nacional'nogo issledovatel'skogo universiteta) [Bulletin of the Samara State Aerospace University named after academician S. P. Korolev (National Research University)]. – 2010. – № 1 (21). – pp. 91-96 [in Russian]
10. Ehrenfreund P. Toward a Paradigm Shift in Managing Future Global Space Exploration Endeavors / P. Ehrenfreund, N. Peter // Space Policy. – 2009. – V. – 25. – № 4. – P. 244–256.
11. PAO «Raketno-kosmicheskaja korporacija (RKK) «Ehnergija» imeni S.P. Koroljova». [S.P. Korolev Rocket and Space Corporation Energia]. – <https://www.energia.ru/> (accessed: 20.03.2020) [in Russian]
12. AO «Raketno-kosmicheskijj centr (RKC) «Progress». [JSC "Rocket and Space Center "Progress"]. – [Electronic resource]. URL: <https://www.samspace.ru> (accessed 20.03.2020) [in Russian]
13. Gosudarstvennyj kosmicheskijj nauchno-proizvodstvennyj centr (GKNPC) imeni M. V. Khrunicheva [Khrunichev Space Center (part of the ROSCOSMOS State Corporation)]. – [Electronic resource]. URL: <http://www.khrunichev.ru> (accessed: 20.03.2020) [in Russian]
14. Akcionernoe obshhestvo «Informacionnye sputnikovyje sistemy» imeni akademika M. F. Reshetnjova» [JSC ACADEMICIAN M.F. RESHETNEV Information Satellite Systems]. – [Electronic resource]. URL: <https://www.iss-reshetnev.ru/> (accessed: 21.03.2020) [in Russian]
15. Akcionernoe obshhestvo «Nauchno-proizvodstvennoe ob"edinenie im. S.A. Lavochkina» [Joint-stock Company "Scientific and Production Association named after S. A. Lavochkin"]. – [Electronic resource]. URL: <https://www.laspace.ru> (accessed: 21.03.2020) [in Russian]
16. Goskorporacija «Roscosmos» [State Corporation "Roscosmos"] – [Electronic resource]. URL: <https://www.roscosmos.ru> (accessed: 20.03.2020) [in Russian]
17. Rezul'taty ehkspertnogo issledovanija «Rossijskaja kosmicheskaja otrasl': ozhidaniya biznesa i obshhestva» [The results of the expert study "The Russian space industry: expectations of business and society"]. – // [Electronic resource]. URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/21269474> (accessed: 21.03.2020) [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.135>

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СТРИМИНГОВЫХ ПЛАТФОРМ НА ОСНОВЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ КИНОИНДУСТРИИ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ NETFLIX)

Научная статья

Баранов В.С.¹, Бутымова Д.Е.²

^{1,2} Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП), Казань, Россия

* Корреспондирующий автор (shaimieva[at]ieml.ru)

Аннотация

Развитие киноиндустрии в цифровой экономике включает развитие стриминговых платформ, передающим данные от провайдера потокового вещания пользователям путём интернет-технологий. Стриминговые платформы киноиндустрии являются глобальными игроками киноиндустрии, активно использующими информационно-коммуникационные технологии в управлении бизнесом. Объектом настоящего исследования является киноиндустрия в цифровой экономике как сфера внедрения цифровых технологий. Предметом исследования выступают стриминговые платформы киноиндустрии, управления которыми опирается на различные конкурентные преимущества, включающие использование искусственного интеллекта. В исследовании использованы методы анализа и синтеза, сравнительный анализ, метод наблюдения. В исследовании проведен сравнительный анализ компании «Netflix» с американскими конкурентами («Hulu», «Amazon Prime», «Disney+»), российскими конкурентами («Кинопоиск», «Ivi», «Okko») на основе семи сравнительных критериев: система «рекомендаций», ориентация на потребителя, локализация на разные языки, особенности сервиса, собственное производство контента, стоимость услуг, удобство использования. Сделаны выводы о применении искусственного интеллекта как конкурентного преимущества на примере компании «Netflix».

Ключевые слова: киноиндустрия, информационно-коммуникационные технологии, искусственный интеллект.

COMPETITIVE ADVANTAGES OF STREAMING PLATFORMS BASED ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR THE DEVELOPMENT OF THE FILM INDUSTRY (ON THE EXAMPLE OF COMPANY "NETFLIX")

Research article

Baranov V.S.¹, Butymova D.E.²

^{1,2} Timiryasov Kazan Innovative University, Kazan, Russia

* Corresponding author (shaimieva[at]ieml.ru)

Abstract

The development of the film industry in the digital economy includes the development of streaming platforms that transmit data from a streaming provider to users through Internet technologies. Streaming platforms of the film industry are global players of the film industry, actively using information and communication technologies in business management. The object of this study is the film industry in the digital economy as a sphere of digital technology implementation. The subject of the research is the streaming platforms of the film industry, the management of which is based on various competitive advantages, including the use of artificial intelligence. The research uses methods of analysis and synthesis, comparative analysis, and the method of observation. The study conducted a comparative analysis of the company "Netflix" with american competitors ("Hulu", "Amazon Prime", "Disney+"), russian competitors ("Kinopoisk", "Ivi", "Okko") based on seven comparative criteria: a system of "recommendations", consumer orientation, localization into different languages, features of the service, own production of content, cost of services, ease of use. Conclusions are drawn about the use of artificial intelligence as a competitive advantage on the example of the company "Netflix".

Keywords: film industry, information and communication technologies, artificial intelligence.

Актуальность исследования

Для развития киноиндустрии в цифровой экономике актуальными являются следующие процессы, требующие исследований и решений на практике: (1) использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), цифровых технологий, искусственного интеллекта (ИИ) в кинопроизводстве и кинобизнесе; (2) трансформация бизнес-моделей кинопроизводителей как субъектов киноиндустрии на основе ИКТ, цифровых технологий, искусственного интеллекта. В исследовании Кокорина А.М., Леонтьевой Л.С. изучаются вопросы использования территориальных ресурсов для развития и поддержки кино-отрасли, сформированы матрицы влияния киноиндустрии на формирование привлекательного позитивного имиджа российских регионов [1]. Исследование Булочникова П.А., Сазоновой Е.В., Фатовой С.А. раскрывает маркетинговые аспекты бизнес-модели предприятия киноиндустрии [2]. В данных работах недостаточно, на наш взгляд, учтены вопросы использования ИКТ в бизнес-моделях предприятий киноиндустрии. Здесь необходимо отметить, что ИКТ лежат в основе технологических (продуктовых и процессных) инноваций, которые, в свою очередь, служат модернизации экономики региона, промышленности, различных социально-экономических сфер региона в четвертом, пятом технологических укладах [3]. В фокусе исследования Кокорина А.М. находятся «действующие кинопроизводственные комплексы — государственные, акционерные общества участием государства и частные» [4, С. 31-32]. Однако здесь не отмечено взаимодействие данных комплексов со стриминговыми (российскими) платформами киноиндустрии, также как не выделены в целом стриминговые платформы как игроки киноиндустрии. В исследовании Кокорина А.М. отмечаются также «факторы риска в управлении конкретными организациями киноиндустрии» [4, С. 36-37]. Однако использование ИКТ,

искусственного интеллекта в исследуемом аспекте нами не выявлено. В исследовании Хисамовой З.И., Бегишева И.Р. раскрываются различные аспекты понятия искусственного интеллекта с точки зрения нормативно-правового применения данного понятия, в первую очередь, в юридической практике. Отмечается, что «...он [ИИ] способен к выполнению ряда типичных юридических действий: составлению сделок, подготовке исковых заявлений...» [5, С. 100].

Цели и задачи исследования

Изученные вопросы позволили сформировать цели и задачи настоящего исследования:

1. Сформировать конкурентные преимущества стриминговой платформы среди зарубежных и российских конкурентов на основе сравнительных характеристик.
2. Провести анализ стриминговых зарубежных и российских конкурентов платформ на основе конкурентных преимуществ.
3. Выделить конкурентные преимущества стриминговой платформы среди зарубежных и российских конкурентов на основе использования искусственного интеллекта.

Методы исследования

В исследовании использованы следующие методы: метод анализ и синтеза, сравнительный анализ, метод наблюдения.

Результаты исследования и их обсуждение.

В современном мире, с постоянно совершенствующимися технологиями, широким развитием интернета и популяризацией жизни онлайн особую актуальность приобретают стриминговые сервисы или стриминговые платформы. Они позволяют передавать данные от провайдера потокового вещания непосредственно пользователям путём интернет-технологий [6]. Одним из самых популярных стриминговых сервисов в глобальном масштабе, занимающихся передачей видео-контента, является компания «Netflix» (США) [7]. Сервис «Netflix» предоставляет к просмотру большое количество различных фильмов и сериалов по подписке. С момента создания в 1997 году компания активно развивается и растёт, ей удастся удерживать интерес потребителей и укреплять свои позиции в медиaprостранстве. Поэтому особый интерес вызывает вопрос, как Netflix это удастся, в чём уникальность компании и каковы её конкурентные преимущества по сравнению с другими компаниями.


Проведём сравнение компании Netflix с её основными конкурентами на американском рынке, которые представлены популярными стриминговыми сервисами, работающими на одну аудиторию и удовлетворяющими одну потребность – просмотр желаемого видео-контента в хорошем качестве в любое время: «Netflix», «Hulu», «Amazon Prime», «Disney+» (таб. 1) [6], [7], [8]. Для проведения сравнительного анализа четырех стриминговых американских платформ нами сформированы (на основе анализа теоретической литературы) семь сравнительных критериев: система «рекомендаций», ориентация на потребителя, локализация на разные языки, особенности сервиса, собственное производство контента, стоимость услуг, удобство использования. Необходимо отметить, что (а) каждый из семи сравнительных критериев формирует основу соответствующего конкурентного преимущества стриминговой платформы, (б) каждый критерий способен содержать элементы ИИ (таб.1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ Netflix с основными конкурентами в США (на момент исследования)

Критерий сравнения	Название компании			
	Netflix	Hulu	Amazon Prime	Disney+
1. Система «рекомендаций»	Компания использует рекомендационную систему на основе искусственного интеллекта, который анализирует историю просмотров, оценку пользователей, удержание, выбор пользователей с похожим вкусом и жанровые предпочтения	Простая система рекомендаций	Простая система рекомендаций	Простая система рекомендаций
2. Ориентация на потребителя, контент из разных стран	Netflix создаёт контент в разных странах, при этом компания доверяет этот процесс местным жителям, которые лучше знакомы с культурой страны	-	-	-

Окончание таблицы 2 – Сравнительный анализ Netflix с основными конкурентами в США (на момент исследования)

Критерий сравнения	Название компании			
	Netflix	Hulu	Amazon Prime	Disney+
3. Локализация на разные языки	Большая часть контента дублируется на несколько языков	Большая часть контента на английском языке	Контент на языке оригиналов. Значительная часть контента не дублируется на какие-то языки, помимо английского.	Существует перевод на разные языки
4. Особенности сервиса	Netflix является IT-компанией, что позволяет ему обеспечивать качество звука, картинки и бесперебойную работу сервиса. Компания выпускает сериалы сразу же целыми сезонами.	Сервис предоставляет большую библиотеку контента, но он доступен только в США и Японии	Фильмы и сериалы можно смотреть, не покупая подписку, за отдельную стоимость, так же их можно «арендовать»	Сервис предлагает к просмотру оригинальные картины Disney, многие из которых пользуются популярностью уже много лет
5. Собственное производство контента	Компания имеет множество популярных проектов собственного производства, она активно вкладывает средства в создание нового эксклюзивного контента	Постепенно наращивает объём производимого уникального контента	Значительная часть контента покупная	У компании больше опыта в создании контента, чем у Netflix. Тем не менее пока что на сервисе мало нового уникального контента, но достаточно большое количество старого. Так же компания Disney забрала у Netflix права на показ фильмов Marvel и она планирует много инвестировать в создание фильмов и сериалов
6. Стоимость услуг	В США стоимость услуг варьируется от 9 до 18 долларов в месяц. Цена зависит от качества контента и количества пользователей, которые могут одновременно пользоваться сервисом	В США стоимость услуг составляет 5,99 долларов с показом рекламы, и 11,99 долларов без показа рекламы	В США стоимость услуг составляет 5,99 долларов	В США стоимость услуг составляет 8 долларов [4]
7. Удобство использования	Сервисом удобно пользоваться за счёт его продуманного интерфейса, возможности потреблять контент через различные устройства, возможности скачать сериалы и смотреть офлайн. Нет рекламы. Существует функция сохранения просмотра	Сервис позволяет скачивать контент и просматривать онлайн. Есть реклама в базовом тарифе. Существует возможность просмотра с 2 устройств.	Сервис позволяет скачивать контент для просмотра офлайн, существует возможность контролировать трафик, позволяет смотреть фильмы и сериалы с одновременно с различных устройств. По интерфейсу уступает Netflix. Нет рекламы	Сервис имеет удобный интерфейс, поддерживает возможность просмотра одновременно на 4 устройствах, возможность скачать и смотреть офлайн. Нет рекламы

Примечание:  – использование искусственного интеллекта; составлено авторами

Согласно таблице 1 основными отличиями Netflix от других компаний являются: система рекомендаций, производство контента в разных странах, дублирование контента на несколько языков и выпуск сезонов сериалов целиком, значительное использование ИИ в конкретных конкурентных преимуществах (на основе сравнительных критериев). При этом по стоимости Netflix является наиболее дорогим выбором. Но - несмотря на это - компания Netflix занимает первое место на рынке стриминговых сервисов в США.


Далее проведём сравнение компании «Netflix» с популярными русскими онлайн-кинотеатрами, которые также предоставляют для просмотра различные фильмы и сериалы по подписке: «Кинопоиск», «Ivi», «Okko» (таб. 2) [6], [7], [8].

Окончание таблицы 3 – Сравнительный анализ Netflix с основными конкурентами в России (на момент исследования)

Критерий сравнения	Название компании			
	Netflix	Кинопоиск	Ivi	Okko
1. Система «рекомендаций»	Компания использует рекомендационную систему на основе искусственного интеллекта, который позволяет проводить более детальный анализ потребностей пользователя.	Простая система рекомендаций	Персональные рекомендации	Персональные рекомендации
2. Ориентация на потребителя, контент из разных стран	Netflix создаёт контент в разных странах и на разных языках, при этом компания доверяет этот процесс местным жителям, которые лучше знакомы с культурой страны	Контент представлен русскими и зарубежными фильмами, и сериалами (в большей степени производства США)	Контент представлен русскими и зарубежными фильмами, и сериалами (в большей степени производства США)	Контент представлен русскими и зарубежными фильмами, и сериалами (в большей степени производства США)
3. Локализация на разные языки	+	Нет. Контент на русском языке	Нет. Контент на русском языке	Нет. Контент на русском языке
4. Особенности сервиса	Netflix является IT-компанией, что позволяет ему обеспечивать качество звука, картинки и бесперебойную работу сервиса. Компания выпускает сериалы сразу же целыми сезонами	Компания начинала как библиотека фильмов и сериалов. Существует возможность покупки фильмов. При оформлении подписки можно получить дополнительные бонусы от экосистемы «Яндекса».	Возможен бесплатный просмотр некоторых фильмов и сериалов, а также аренда контента. Компания сотрудничает с 6-ю голливудскими независимыми студиями	Для оплаты подписки можно использовать бонусы Спасибо. Сервис позволяет просматривать спортивные трансляции и онлайн-концерты. Так же Okko имеет права на контент «Амедиатеки» Возможна аренда фильмов.
5. Собственное производство контента	Компания имеет множество популярных проектов собственного производства, она активно вкладывает средства в создание нового эксклюзивного контента	-	Компания только начинает производство собственного контента.	Компания произвела небольшое количество картин.
6. Стоимость услуг	В России стоимость услуг варьируется от 599 до 999 рублей в месяц. Цена зависит от качества контента и количества пользователей, которые могут одновременно пользоваться сервисом.	Стоимость подписки варьируется от 169 до 649 рублей в месяц	Стоимость подписки 399 рублей в месяц	Стоимость подписки варьируется от 99 до 599 рублей в месяц. Даже при оформлении подписки, некоторые картины остаются платными.

Таблица 4 – Сравнительный анализ Netflix с основными конкурентами в России (на момент исследования)

Критерий сравнения	Название компании			
	Netflix	Кинопоиск	Ivi	Okko
7. Удобство использования	Сервисом удобно пользоваться за счёт его продуманного интерфейса, возможности потреблять контент через различные устройства, возможности скачать сериалы и смотреть офлайн. Нет рекламы. Компания выпускает сериалы сразу же целыми сезонами. Существует функция сохранения просмотра	Возможность сохранения просмотра, технология Deep Dive, которая позволяет получить больше информации о фильме.	Удобный интерфейс, возможность свободно смотреть контент на различных устройствах, возможность скачивать контент и просматривать офлайн, функция сохранения просмотра.	Возможен одновременный просмотр с нескольких устройств, существует функция сохранения просмотра

Примечание:  – использование искусственного интеллекта; составлено авторами

Российские компании - в отличие от Netflix - только осваивают сферу производства собственного контента и не имеют возможности инвестировать большое количество средств в это. Так же фильмы и сериалы в России представлены исключительно на русском языке. Но стоимость услуг российских компании является более выгодной. Тем не менее, несмотря на то что компания «Netflix» совсем недавно зашла на российский рынок, ей удалось составить конкуренция отечественным стриминговым сервисам и занять четвёртое место среди самых просматриваемых онлайн-кинотеатров (таб. 2).

Обсуждения исследования

В работе не указаны доля на рынках каждой стриминговой компании ввиду различия данных в различных источниках, которые не могут быть использованы в настоящем исследовании ввиду их недостоверности.

Результаты исследования.

В результате исследования можно сделать следующие выводы:

1. В исследовании сформированы семь сравнительных критериев, формирующих основу соответствующего конкурентного преимущества стриминговых платформ киноиндустрии: система «рекомендаций», ориентация на потребителя, локализация на разные языки, особенности сервиса, собственное производство контента, стоимость услуг, удобство использования.

2. В исследовании проведен сравнительный анализ компании «Netflix» с американскими конкурентами («Hulu», «Amazon Prime», «Disney+»), российскими конкурентами («Кинопоиск», «Ivi», «Okko») на основе семи сравнительных критериев.

3. На основе проведенного сравнительного анализа становится очевидным использование элементов искусственного интеллекта в шести сравнительных критериях, что обеспечивает конкурентное преимущество «Netflix» по сравнению с американскими и российскими конкурентами.

4. На основе проведенного сравнительного анализа является обоснованным использование ИИ при управлении стриминговыми компаниями в областях: формирования системы «рекомендаций», ориентации на потребителя, локализации на конкретные рынки, управления особенностями сервиса, формирования собственного производства контента, разработки тарификации услуг, создания инструментов удобства использования.

Благодарности

Научному руководителю Шаймиевой Э.Ш.

Acknowledgement

To the academic advisor Shaimieva E.Sh.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Кокорин А.М. Стратегический анализ состояния национальной киноиндустрии как элемент системы экономической безопасности / А.М. Кокорин., Л.С. Леотьева // Интеллект. Инновации. Инвестиции. - 2019. - № 5. - С. 78-85.

2. Булочников П.А. Продвижение кинопродукции как важнейший фактор обеспечения эффективности системы сбыта предприятия киноиндустрии / П.А. Булочников, Е.В. Сазонова, С.А. Фатова // Петербургский экономический журнал. - 2019. - № 4 - С. 98-105.

3. Гумерова Г.И. Совершенствование методологии управления технологическими инновациями в процессе модернизации промышленности региона / Г.И. Гумерова, Э.Ш. Шаймиева // Региональная экономика: теория и практика. - 2012. - № 45. - С. 11-27.

4. Кокорин А.М. Формирование базовых принципов экономической безопасности в киноиндустрии (часть II) / А.М.Кокорин // Государственное управление. Электронный вестник. - 2019. - № 73. - С. 25-40.
5. Хисамова З.И. Сущность искусственного интеллекта и проблема определения правосубъектности / З.И. Хисамова, И.Р. Бегишев // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Юриспруденция. -2020. - № 2. - С. 96-106
6. Кузнецов А. Что такое стриминг и как на этом зарабатывают? / А. Кузнецов // RUSBASE: [сайт]. – [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/story/что-такое-strim/> (дата обращения 10.06.2021)
7. Официальный сайт в России. Netflix. – [Электронный ресурс] URL: <https://www.netflix.com>. (дата обращения 10.06.2021)
8. Архипова, Л. С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 104 с.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Kokorin A.M. Strategicheskij analiz sostojanija nacional'noj kinoidustrii kak jelement sistemy jekonomicheskoy bezopasnosti [Strategic analysis of the state of the national film industry as an element of the economic security system] / A.M. Kokorin., L.S. Leot'eva // Intellekt. Innovacii. Investicii [Intelligence. Innovations. Investment]. - 2019. - № 5. - P. 78-85. [in Russian]
2. Bulochnikov P.A. Prodvizhenie kinoproductii kak vazhnejshij faktor obespechenija jeffektivnosti sistemy sbyta predpriyatija kinoindustrii [Promotion of film products as the most important factor in ensuring the effectiveness of the sales system of a film industry enterprise] / P.A. Bulochnikov, E.V. Sazonova, S.A. Fatova // Peterburgskij jekonomicheskij zhurnal [St. Petersburg Economic Journal]. - 2019. - № 4 - P. 98-105. [in Russian]
3. Gumerova G.I. Sovershenstvovanie metodologii upravlenija tehnologicheskimi innovacijami v processe modernizacii promyshlennosti regiona [Improving the methodology of technological innovation management in the process of modernization of the region's industry] / G.I. Gumerova, E.Sh. Shaimieva // Regional'naja jekonomika: teorija i praktika [Regional economy: theory and practice]. - 2012. - № 45. - P. 11-27. [in Russian]
4. Kokorin A.M. Formirovanie bazovyh principov jekonomicheskoy bezopasnosti v kinoindustrii (chast' II) [Formation of the basic principles of economic security in the film industry (part II)] / A.M.Kokorin // Gosudarstvennoe upravlenie. Jelektronnyj vestnik [Public administration. Electronic journal]. - 2019. - № 73. - P. 25-40. [in Russian]
5. Hisamova Z.I. Sushhnost' iskusstvennogo intellekta i problema opredelenija pravosub'ektnosti [The essence of artificial intelligence and the problem of determining legal personality] / Z.I. Hisamova, I.R. Begishev // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Serija: Jurisprudencija [gazeta of the Moscow State Regional University. Series: Jurisprudence]. -2020. - № 2.- P. 96-106 [in Russian]
6. Kuznecov A. Chto takoe striming i kak na jetom zarabatyvajut? [What is streaming and how do you earn money from it?]/ A. Kuznecov // RUSBASE: . – [Electronic resource]. URL: <https://rb.ru/story/что-такое-strim/> (accessed 10.06.2021) [in Russian]
7. Oficial'nyj sajt v Rossii. Netflix [Official website in Russia. Netflix]. – [Electronic resource]. URL: <https://www.netflix.com>. (accessed 10.06.2021) [in Russian]
8. Arhipova, L. S. Konkurencija kak osnova jekonomiki: konceptual'nye podhody k issledovaniju roli konkurencii: monografija [Competition as the basis of the economy: conceptual approaches to the study of the role of competition: monograph] / L.S. Arhipova, G.Ju. Gagarina, A.M. Arhipov. – Moscow: INFRA-M, 2021. – 104 p. [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.136>

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ КАК ОСОБЕННОСТЬ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ЭТАПА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Научная статья

Беляева В.С.^{1,*}, Фролова Е.Д.²

¹ ORCID: 0000-0001-6118-4286;

² ORCID: 0000-0002-7176-4441;

^{1,2} Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия

* Корреспондирующий автор (victoria.believa[at]gmail.com)

Аннотация

В последние года кардинально изменилась архитектура международного рынка высшего образования: наблюдается существенный разрыв между университетами мирового класса и другими представителями системы высшего образования. В статье представлены результаты исследований проблем дифференциации университетов на международных рынках высшего образования.

В литературе существует блок исследований по проблемам дифференциации университетов, однако автором сделан акцент на важности сегрегации подходов к постановке стратегических целей и задач именно в сфере интернационализации разных типов университетов.

В представленном исследовании дифференциация университетов производится на основе кластерного анализа по авторским факторам интернационализации: выявлено существование 3 кластеров университетов, номинированных нами как «гроссмейстеры», «мастера» и «кандидаты». В зависимости от кластера университеты варьируются по уровню международной конкурентоспособности и динамизму развития глобального взаимодействия и сотрудничества. Автором предложены стратегические решения повышения интернационализации в каждом кластере.

Эта статья рекомендуется для исследователей в сфере высшего образования и административно – управленческого персонала высших учебных заведений. Представленная публикация является продолжением исследования автора, в котором были сформулированы факторы интернационализации, ставшие основой для кластеризации университетов.

Ключевые слова: интернационализация высшего образования, кластеризация университетов, ведущие университеты, университеты мирового класса, факторы интернационализации в сфере высшего образования.

DIFFERENTIATION OF UNIVERSITIES AS A FEATURE OF INTERNATIONALIZATION OF TODAY'S HIGHER EDUCATION

Research article

Belyaeva V.S.^{1,*}, Frolova E.D.²

¹ ORCID: 0000-0001-6118-4286;

² ORCID: 0000-0002-7176-4441;

^{1,2} Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia

* Corresponding author (victoria.believa[at]gmail.com)

Abstract

In recent years, the architecture of the international higher education market has changed dramatically: there is a significant gap between world-class universities and other representatives of the higher education system. The article presents the results of a research on the problems of differentiation of universities in the international higher education markets.

There is already a block of research on the problems of differentiation of universities present in the relevant literature; however, the authors of the article focuses on the importance of separating the approaches to setting strategic goals and objectives in the field of internationalization of different types of universities.

The study carries out the differentiation of universities on the basis of cluster analysis according to original factors of internationalization: the study identifies the existence of 3 clusters of universities termed by the authors as "grossmeystery" (grandmasters), "mastery" (masters) and "kandidaty" (candidates). Depending on the cluster, universities vary in terms of the level of international competitiveness and the dynamics of the development of global interaction and cooperation. The authors also suggest strategic solutions for increasing internationalization in each cluster.

This article is recommended for researchers in the field of higher education as well as administrative and managerial personnel of higher educational institutions. The current article is a continuation of the author's research, in which the factors of internationalization that became the basis for the clustering of universities were formulated.

Keywords: internationalization of higher education, clustering of universities, leading universities, world-class universities, factors of internationalization in the field of higher education.

Введение

Продвижение университетов на международном образовательном рынке, участие в мировых рейтингах, академическая мобильность студентов и преподавателей безусловно остаются бессменными атрибутами интернационализации образования на его современном этапе. Так, в настоящее время в мире функционирует 18400 университетов, а в рейтингах участвуют лишь 1000 из них; более 6 миллионов студентов участвуют в программах академической мобильности по всему миру. Следует отметить, что данная цифра выросла в 21 веке в 6 раз [1].

Изменились и приоритеты в стратегии интернационализации университетов: наряду с традиционными процессами партнерства и взаимовыгодных обменов на основе сотрудничества, интернационализация трансформируется в

конкурентную борьбу университетов за признание, высокое место в рейтингах, бизнес по привлечению лучших кадров.

Существует большое количество исследований, посвященных развитию и внутренней динамике институциональной дифференциации в высшем образовании [2], [3], [4], [5]. Во многих странах высшие учебные заведения также различаются по репутации и престижу, а в некоторых странах эти различия были усилены образовательной политикой последних десятилетий [6], [7].

Помимо этой вертикальной дифференциации учебных заведений, наблюдается также горизонтальная дифференциация внутри высших учебных заведений, т.е. растущая диверсификация программ, курсов и областей обучения [8]. Гоглио и Регини описывают сдвиг в ключевой цели дифференциации европейского высшего образования от создания профессионального трека, связанного со спросом на рынке труда в 1960–1970-х годах, к вертикальной дифференциации, когда вузы начали конкурировать за ресурсы и престиж с 1990-е годы и далее [9], [10].

Изменение архитектуры международного рынка высшего образования сопровождается появлением новых субъектов: университетов мирового класса (WCU). С одной стороны, университет мирового класса – научно-образовательное учреждение, имеющее признанное превосходство в сфере исследований по актуальным и классическим тематикам и предоставляющее востребованные высококачественные образовательные услуги [12].

Наиболее полное определение университета мирового класса, на наш взгляд, дано Ф. Альтбахом, который раскрывает суть через три комплементарных фактора [13]: максимальная концентрация талантливых преподавателей и студентов, обилие ресурсов для реализации эффективных условий обучения и проведения передовых научных исследований, система управления университетом, способствующая развитию стратегического мышления, инновационности и вариативности. Из этого определения мы можем видеть, что отражены характеристики, связанные с научной, образовательной и стратегической составляющей, но не отражена информация про выпускников.

Этот недостаток исключен в определении Салми и Сароян: университеты мирового класса возглавляют рейтинги и признаны международным сообществом благодаря высокому уровню подготовки выпускников, даже учитывая методологические ограничения процедур ранжирования [14].

Проблема разработки стратегии повышения интернационализации современных университетов является достаточно трудной вследствие разрозненной информации об участниках рынка, сложно прогнозируемом конкурентном статусе рассматриваемых объектов.

На данный момент в литературе описаны разноплановые и разрозненные российские и международные исследования кластеризации университетов по научным, образовательным, инновационным и социальным направлениям [15], [16], [17].

Целью представленной статьи является структуризация и дифференциация подходов к интернационализации университетов разного типа на основании факторов интернационализации с помощью кластерного анализа

Методы исследования

Для решения данной проблемы могут быть привлечены методы многомерного кластерного анализа. Достоинство кластерного анализа заключается в возможности производить разделение объектов-сегрегацию – не по одному параметру, а по целому набору признаков. В представленной работе этот тип исследования использован для выделения групп вузов с последующим анализом их характеристик по кластерам.

В качестве объекта исследования рассмотрена совокупность университетов, представленных на глобальном и локальных образовательных рынках, в частности это университеты мирового класса, расположенные в США, Западной Европе, КНР, Японии, а также университеты-участники российской программы повышения конкурентоспособности. Совокупность исследуемых университетов-объектов может быть охарактеризована значительным количеством разных стохастически связанных признаков.

Для проведения количественного исследования кластеризации университетов необходимо базироваться на факторах интернационализации. В предыдущих исследованиях автором уже был реализован блок экспертных интервью с представителями основных международных стейкхолдеров университета о факторах, влияющих на интернационализацию. С помощью статистической программы SPSS проведен факторный анализ, выявлено 7 обобщенных факторов: финансовые ресурсы, международное взаимодействие, репутация университета, конкурентоспособность студентов, прозрачность, публикационная активность, уровень инфраструктуры [18]. Максимальные значения получили факторы «финансовые ресурсы» и «международное взаимодействие».

На фактор «финансовые ресурсы» оказывает влияние государственное финансирование, доход от исследовательской деятельности, доход от обучающихся и взносы в эндаумент фонд. Данная информация содержится в финансовых отчетах о деятельности университетов, а также представлена на официальных сайтах. Российские университеты обязаны публиковать свои планы финансово – хозяйственной деятельности на сайте, в том числе отмечать, если в течение года происходили какие-то изменения и правки. Сведения об американских вузах заимствованы из данных аудиторских проверок за год, опубликованных на сайтах вузов. Европейские университеты публикуют свою финансовую информацию также на сайте, однако в основном в разделе «об университете». Что касается азиатских университетов, то финансовые отчеты они не выкладывают или выкладывают только на языке страны, поэтому информация найдена в отчетах министерств, а также итогах программ повышения конкурентоспособности. Представленные показатели приведены к относительным величинам.

На фактор «международное взаимодействие» влияет доля программ магистратуры на английском языке, доля иностранных студентов, обучающихся в университете, и доля иностранных научно – педагогических работников.

Следует отметить, что информация о доле иностранных студентов по каждому университету получена на сайтах мировых рейтингов, так как является одним из основных отчетных показателей. Изначально автором рассчитывались программы магистратуры, читаемые и создаваемые на языке, отличном от родного, однако данная методика не подошла ввиду того, что английский все еще является интернациональным языком. Большинство крупнейших

университетов инвестируют именно в создание англоязычных магистратур, в то время как бакалавриат в основном преподается на родном языке, особенно это касается азиатского и российского направления. Магистратура на третьем языке встречается только на лингвистических направлениях и считается программой на иностранном языке лишь наполовину.

Показатель «доля иностранных НПР» рассчитывался с помощью годовых отчетов подразделений по управлению персоналом, представленных на сайтах университетов.

Для оценки возможности и разработки вариантов стратегий международных направлений деятельности высших учебных заведений необходимо осуществить иерархическую кластеризацию университетов с целью сегрегации множества университетов на более мелкие кластеры и последующей разработки стратегии повышения интернационализации в каждом кластере.

Задача формализованного описания дифференциации университетов может быть сформулирована следующим образом:

Пусть Y – множество объектов-университетов;

N – множество номеров искомых кластеров;

Существует выборка объектов (в нашем случае 32 университета), удовлетворяющая условию

$$Y^i = \{y_1, y_2, \dots, y_i\} \subset Y$$

Требуется распределить представленную выборку на непересекающиеся подмножества-кластеры, при этом каждому объекту

$$y \in Y$$

ставится в соответствие номер кластера

$$n \in N$$

В качестве базовой процедуры кластеризации исследуемой совокупности университетов выбран метод Уорда (Ward method) [19].

Алгоритмы иерархической кластеризации подтверждают итоги факторного анализа: анализируемое множество объектов связано. С целью определения расстояния между кластерами авторами применяются методы дисперсионного анализа. На каждом шаге алгоритма проводится оценка тех двух кластеров, которые приводят к минимальному увеличению дисперсии, далее они объединяются. Эффективность данной методики определяется тем, что кластерный анализ определяет наиболее вероятное значимое решение, поэтому проверка статистической значимости неприменима.

Исследование проведено с помощью программы статистического анализа SPSS. В табл.1 и на рис. 1 представлено распределение исследуемых объектов по кластерам. Каждому кластеру соответствует скопление точек в пространстве переменных. По итогам проведенного исследования 9 университетов находятся в кластере 1, 8 университетов в кластере 2, 15 университетов в кластере 3.

Таблица 1– Выявленные кластеры и их особенности

Наименование кластера	Субъекты	Особенности кластера
Гроссмейстеры	Гарвардский университет (1), Колумбийский университет (3), Йельский университет (4), Принстонский университет (2), Пенсильванский университет (5), Корнеллский университет (6), Дартмутский колледж (7), Брауновский университет (8), Политехническая школа (Париж) (15)	<ul style="list-style-type: none"> – развитие университета с помощью собственных ресурсов, а именно создание и развитие эндаумент фондов – успешное развитие партнерств с выпускниками и организациями специальных фондов, отвечающих за это направление. – элитные университеты: учатся студенты, обладающие выдающимися результатами в области образовательной, научной и инновационной деятельности. – вложение финансовых средств в суперсовременные научные исследования – элитное сообщество

Окончание таблицы 1– Выявленные кластеры и их особенности

Наименование кластера	Субъекты	Особенности кластера
Мастера	Пекинский университет (9), Университет Цинхуа (10), Гёттингенский университет (11), Гейдельбергский университет (12), Университет имени Гумбольдтов в Берлине (13), Высшая нормальная школа (Париж) (14), Университет Киото (17), Университет Токио (16)	<ul style="list-style-type: none"> – международная узнаваемость и репутация университета строятся на компетенциях, ответственности, качестве и мнениях профессорско-преподавательского состава, сотрудников и студентов. – повышение значимости эндаумент фондов – Расширение возможностей программ академической мобильности для студентов и преподавателей, а также привлечение иностранных профессоров из университетов – гроссмейстеров – Развитие инфраструктуры кампусов в соответствии с лучшими мировыми практиками.
Кандидаты	Дальневосточный федеральный университет (18), Казанский федеральный университет (19), Московский физико-технический институт (20), МИСиС (21), Томский государственный университет (22), Томский политехнический университет (23), Высшая школа экономики (24), МИФИ (25), Нижегородский государственный университет (26), Новосибирский государственный университет (27), Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва (28), Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (29), Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет (30), Университет ИТМО (31), Уральский федеральный университет (32)	<ul style="list-style-type: none"> – государственное финансирования, участие в программах повышения конкурентоспособности – возможности использования лучших практики и бенчмаркинга – сравнительно новые направления для иностранных студентов: экзотика

Выявленные таким образом кластеры представлены графически в двухмерной системе координат «Международная деятельность - Финансы». (рис.1)

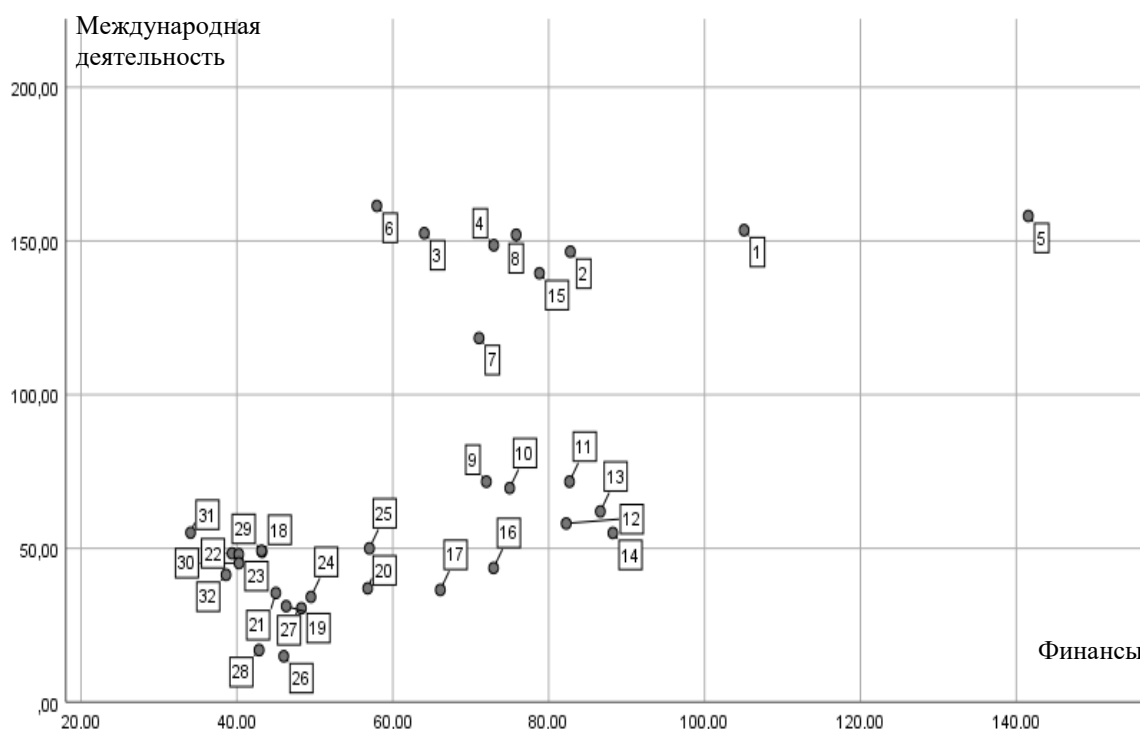


Рис. 1 – Диаграмма расположения университетов по кластерам

Для того, чтобы определить местонахождение университета в кластере, не обозначенного в нем, в кластере можно аппроксимировать их линейной функцией.

Автором разработан индекс интернационализации кластера ($I_{ик}$) на основании анализируемых 32 университетов по 7 факторам интернационализации.

$$I_{ик} = \frac{I_m + I_{ф} + I_p + I_k + I_t + I_n + I_i}{7},$$

где

I_m – значение фактора «международное взаимодействие»

$I_{ф}$ – значение фактора «финансовые ресурсы»

I_p – значение фактора «репутация университета»

I_k – значение фактора «Конкурентоспособность студентов и выпускников»

I_t – значение фактора «Транспарентность»

I_n – значение фактора «Уровень публикационной активности»

I_i – значение фактора «Развитый уровень инфраструктуры»

Для каждого кластера рассчитан индекс интернационализации кластеризации, в таблице приведен индекс для кластера «гроссмейстеры», рассчитанный на примере 2х лидирующих факторов «международное взаимодействие» и «финансовые ресурсы» (таблица 2).

Таблица 2 – Индекс интернационализации для кластера «гроссмейстеры»

№	Университет	Финансовые ресурсы	Международное взаимодействие	Индекс ИК
1	Дартмутский колледж	71,0580115	118,4	94,72900575
2	Колумбийский университет	64,0412119	152,5	108,270606
3	Политехническая школа (Париж)	78,81410559	139,5	109,1570528
4	Корнеллский университет	57,94826355	161,4	109,6741318
5	Йельский университет	72,95596685	148,6	110,7779834
6	Брауновский университет	75,82872928	152	113,9143646
7	Принстонский университет	82,7764036	146,5	114,6382018
8	Гарвардский университет	105,0742376	153,5	129,2871188
9	Пенсильванский университет	141,5303176	158,1	149,8151588

То есть значение индекса интернационализации по данному кластеру находится в пределах 94,7 - 149,8 (рассчитано на примере двух факторов для случая экспресс - анализа), остальные значения кластеров представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Критерии отнесения к кластеру

Название кластера	Критерии
Гроссмейстеры	94,7 - 149,8
Мастера	58,2 - 77,2
Кандидаты	29,9 - 53,5

Результаты

Проведенный кластерный анализ выявил существование 3 кластеров университетов, показывающих дифференциацию уровня развития высших учебных заведений, номинированных нами как «гроссмейстеры», «мастера» и «кандидаты». В рамках каждого кластера реализуются свои направления деятельности и выполняются различные индикаторы.

Авторами сформирован набор классических мероприятий по повышению уровня интернационализации ведущих университетов для кластеров разного типа: при использовании классического пути – осуществляется постепенный переход, эволюционный путь предполагает переход в высший кластер (таблица 4).

Таблица 4 – Набор классических мероприятий по повышению уровня интернационализации ведущих университетов

Классический подход		Эволюционный подход
Переход из «кандидатов» в «мастера»	Переход из «мастеров» в «гроссмейстеры»	Переход из «кандидатов» в «гроссмейстеры»
Создание международных консорциумов с партнерами уровня «Мастер» и «Гроссмейстер»	Повышение международной узнаваемости и репутации университета	Развитие института менторства: привлечение университета – ментора – «гроссмейстера»
Развитие международной мобильности преподавателей, сотрудников и студентов в «мастера» и – «гроссмейстеры», повышение межкультурной компетентности	Расширение возможностей программ академической мобильности для студентов и преподавателей, а также привлечение иностранных профессоров из «гроссмейстеров».	Повышение доли студент/преподаватель, оказывающее решающее влияние на место университета в международных рейтингах
Открытие филиалов в странах – реципиентах образовательных услуг	Повышение значимости эндаумент фондов	Вложение финансовых средств в суперсовременные научные исследования
Повышение репутации и значимости университетов кластера «Кандидаты»	Рекрутинг студентов, преподавателей и разработка учебных программ нового уровня	Привлечение иностранных преподавателей высочайшего класса из университетов – гроссмейстеров
Развитие инфраструктуры, особенно в области университетского городка	Развитие инфраструктуры кампусов в соответствии с лучшими мировыми практиками.	Объединение университетов – «Гроссмейстеров» в официальное сообщество и разработка собственной системы повышения конкурентоспособности

Исключительное значение реализации предложенных в работе инструментов повышения интернационализации имеет обеспечение понимания всех заинтересованных сторон в необходимости интегрированной системы управления процессом интернационализации в университете. Система международного продвижения является эффективной, когда нет разделения между интернационализацией образовательной сферы, научной, инновационной и административной. В данном контексте необходимым является создание эффективной инфраструктуры международной деятельности университета, наличие ряда специальных международных подразделений, отвечающих за реализацию стратегии международного продвижения на общеуниверситетском уровне.

В заключение отметим, что представленное исследование реализовано с учетом доминирующих факторов интернационализации, а именно, «международная деятельность» и «финансовые ресурсы».

Предложен авторский способ адаптации университетов к рынку высшего образования и комплекс мероприятий по усилению международной деятельности университетов. В отличие от традиционных подходов, предлагающих сложный комплексный план мероприятий по повышению уровня интернационализации университета, причем иногда на основе экстраполяции, автор основывается на конкретном наборе мероприятий, которые были разработаны для кластера, в котором он находится.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Трансформирующиеся университеты [Электронный ресурс]. URL: [http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/sedec/SKOLKOVO_SEDeC_T-universities_ru.pdf] (дата обращения: 06.08.2020)
2. Teichler U. Changing patterns of the higher education system / U. Teichler. London: Jessica Kingsley Publishers. 1988.
3. Huisman J. Differentiation, diversity, and dependency in higher education: A theoretical and empirical analysis / J. Huisman. Utrecht: Lemma. 1995.
4. Meek L. V. The mockers and the mocked: Comparative perspectives on differentiation, convergence and diversity in higher education / L. V. Meek, L. Goedegebuure, O. Kivinen et al. Pergamon: IAU Press. 1996.
5. Huisman J. Measuring institutional diversity across higher education systems / J. Huisman, B. Seeber, M. NicolineFrølich et al. // Research Evaluation. 24(4): 369–379.
6. Moodie G. 'Four tiers' / G. Moodie // Higher Education, 2009. 58(3). DOI: 10.1007/s10734-008-9195-4.
7. Teichler U. 'Diversification? trends and explanations of the shape and size of higher education' / U. Teichler // Higher Education, 2008. 56, 349–379.
8. Reimer D. Differentiation in higher education and its consequences for social inequality: introduction to a special issue / D. Reimer, M. Jacob // High Educ 61, 223–227 (2011). DOI: 10.1007/s10734-010-9373-z
9. Goglio V. Processes and stages of differentiation in European higher education / V. Goglio, M. Regini // Higher Education Quarterly. 71: 320–337.

10. Bastedo M. N. 'Access to What? Mission differentiation and academic stratification in US public higher education' / M. N. Bastedo, P. J. Gumpert // Higher Education. 46(3): 341- 359.
11. Parry G. "Access, Equity and the Participation of Disadvantaged Groups" / G. Parry; Jongbloed, B., & Vossensteyn, H. (Eds.) // Access and expansion post-massification: Opportunities and barriers to further growth in higher education participation. New York, NY: Routledge.
12. Салми Дж. Создание университетов мирового класса / Джамиль Салми; пер. с англ. – М.: Издательство «Весь Мир», 2009 – 132 с.
13. Дорога к академическому совершенству. Становление исследовательских университетов мирового класса / под ред. Ф. Дж. Альтбаха, Дж. Салми; пер. с англ. М.: Весь мир, 2012. С. 416.
14. Salmi J. League Tables as Policy Instruments: Uses and Misuses / Salmi Jamil & Alenoush Saroyan // Higher Education Management and Policy, OECD Publishing, 2007, vol. 19, no. 2, pp. 1-38.
15. Абанкина И. В. Типология и анализ научно-образовательной результативности российских вузов / И. В. Абанкина, Ф. Т. Алескерова, В. Ю. Белоусова и др. // Форсайт. 2013. Т. 7. № 3. С. 48–63.
16. Angulo F. A market segmentation approach for higher education based on rational and emotional factors / F. Angulo, A. Pergelova, J. Rialp // Journal of Marketing for Higher Education, 2010, vol. 20, no. 1, pp. 1–17.
17. Меликян А.В. Международная образовательная деятельность российских вузов / А.В. Меликян // Университетское управление: практика и анализ. 2017. No 1. С. 52-62.
18. Beliaeva V. Increasing the effectiveness of the Russian Federal universities' internationalization / V. Beliaeva // ICERI2018 Proceedings, 2018, pp. 2403-2409.
19. Изакова Н. Б. Маркетинговые исследования с применением SPSS: учебное пособие / Н. Б. Изакова, А. Ю. Журавлева ; - Екатеринбург : Издательство УрГЭУ, 2013. - 133 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/14/p480354.pdf> (дата обращения: 10.05.2020)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Transformirujushiesja universitety [Changing Universities]. [Electronic resource]. URL: http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/sedec/SKOLKOVO_SEDeC_T-universities_ru.pdf (accessed: 06.08.2020) [in Russian]
2. Teichler U. Changing patterns of the higher education system / U. Teichler. London: Jessica Kingsley Publishers. 1988.
3. Huismann J. Differentiation, diversity, and dependency in higher education: A theoretical and empirical analysis / J. Huismann. Utrecht: Lemma. 1995.
4. Meek L. V. The mockers and the mocked: Comparative perspectives on differentiation, convergence and diversity in higher education / L. V. Meek, L. Goedegebuure, O. Kivinen et al. Pergamon: IAU Press. 1996.
5. Huisman J. Measuring institutional diversity across higher education systems / J. Huisman, B. Seeber, M. NicolineFrölich et al. // Research Evaluation. 24(4): 369–379.
6. Moodie G. 'Four tiers' / G. Moodie // Higher Education, 2009. 58(3). DOI: 10.1007/s10734-008-9195-4.
7. Teichler U. 'Diversification? trends and explanations of the shape and size of higher education' / U. Teichler // Higher Education, 2008. 56, 349–379.
8. Reimer D. Differentiation in higher education and its consequences for social inequality: introduction to a special issue / D. Reimer, M. Jacob // High Educ 61, 223–227 (2011). DOI: 10.1007/s10734-010-9373-z
9. Goglio V. Processes and stages of differentiation in European higher education / V. Goglio, M. Regini // Higher Education Quarterly. 71: 320–337.
10. Bastedo M. N. 'Access to What? Mission differentiation and academic stratification in US public higher education' / M. N. Bastedo, P. J. Gumpert // Higher Education. 46(3): 341- 359.
11. Parry G. "Access, Equity and the Participation of Disadvantaged Groups" / G. Parry; Jongbloed, B., & Vossensteyn, H. (Eds.) // Access and expansion post-massification: Opportunities and barriers to further growth in higher education participation. New York, NY: Routledge.
12. Salmi J. Sozdanie universitetov mirovogo klassa [Creation of world-class universities] / Dzhamil' Salmi. – М.: «Ves' Mir», 2009 – 132 p. [in Russian]
13. Doroga k akademicheskomu sovershenstvu. Stanovlenie issledovatel'skih universitetov mirovogo klassa [The Road to Academic Excellence. The Making of World-Class Research Universities] / Philip G. Altbach and Jamil Salmi; М.: Ves' mir, 2012. p. 416. [in Russian]
14. Salmi J. League Tables as Policy Instruments: Uses and Misuses / Salmi Jamil & Alenoush Saroyan // Higher Education Management and Policy, OECD Publishing, 2007, vol. 19, no. 2, pp. 1-38.
15. Abankina I. V. Tipologija i analiz nauchno-obrazovatel'noj rezul'tativnosti rossijskih vuzov [A Typology and Analysis of Russian Universities' Performance in Education and Research] / I. V. Abankina, F. T. Aleskerov, V. Ju. Belousova et al. // Forsait [Foresight-Russia], 2013, vol. 7, no. 3, pp. 48–63. [in Russian]
16. Angulo F. A market segmentation approach for higher education based on rational and emotional factors / F. Angulo, A. Pergelova, J. Rialp // Journal of Marketing for Higher Education, 2010, vol. 20, no. 1, pp. 1–17.
17. Melikyan A.V. Mezhdunarodnaja obrazovatel'naja dejatel'nost' rossijskih vuzov [International educational activities of russian universities] / A.V. Melikjan // Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz [University Management: Practice and Analysis]. 2017;21(1):52-62. [in Russian]
18. Beliaeva V. Increasing the effectiveness of the Russian Federal universities' internationalization / V. Beliaeva // ICERI2018 Proceedings, 2018, pp. 2403-2409.
19. Izakova N. B. Marketingovye issledovaniya s primeneniem SPSS [Marketing research using SPSS]: a textbook / N. B. Izakova, A. Yu. Zhuravleva ; USUE Publishing House, 2013. - 133 p. [Electronic resource]. URL: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/14/p480354.pdf> (accessed: 10.05.2020) [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.137>

МНОГОУРОВНЕВАЯ ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА МОЛОКА

Научная статья

Иващенко Н.С.*

ORCID: 0000-0002-2644-6751,

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Москва, Россия

* Корреспондирующий автор (suncycle[at]mail.ru)

Аннотация

Конструктивно-критический обзор существующих подходов к оценке конкурентоспособности товара говорит о необходимости учета его отраслевых особенностей и проведения многоуровневой оценки. В статье приведен пример оценки уровня конкурентоспособности тестов диагностики и контроля качества молока, поставляемых на российский рынок сельскохозяйственной продукции. Изложенный способ оценки уровня конкурентоспособности продукции предполагает многоуровневый подход к расчету комплексного показателя, учитывающего не только потребительские и стоимостные характеристики товара, но и дополнительные услуги, связанные с реализацией и эксплуатацией товара, влияющие на продвижение товара на рынке.

Ключевые слова: товар, услуга, средства диагностики, конкурентоспособность, факторы, коммерческая составляющая, мониторинг и оценка, пример расчета.

A MULTILEVEL ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF DIAGNOSTIC TOOLS AND QUALITY CONTROL OF MILK

Research article

Ivashchenko N.S. *

ORCID: 0000-0002-2644-6751,

A. N. Kosygin Russian State University, Moscow, Russia

* Corresponding author (suncycle[at]mail.ru)

Abstract

A constructive and critical review of existing approaches to assessing the competitiveness of a product suggests the need to take into account its industry characteristics and conduct a multi-level assessment. The current article provides an example of assessing the level of competitiveness of diagnostic tests and quality control of milk supplied to the Russian market of agricultural products. The described method of assessing the level of competitiveness of products involves a multi-level approach to calculating a complex indicator that takes into account not only the consumer and cost characteristics of the product but also additional services related to its implementation and operation, affecting the promotion of the product on the market.

Keywords: product, service, diagnostic tools, competitiveness, factors, commercial component, monitoring and evaluation, calculation example.

Введение

Вопросы мониторинга и оценки конкурентоспособности продукции всегда были и остаются в центре внимания ученых и практиков, так как в условиях высокого уровня конкуренции и насыщенности рынка товарами, выявление конкурентных преимуществ товара может явиться главной составляющей успеха продвижения товара на рынке.

Обзоры в научных публикациях посвящаются определению понятия конкурентоспособности товара и интерпретации большого числа методов ее оценки. Разнообразие предлагаемых методов говорит о необходимости учета отраслевых особенностей и многоуровневой оценки конкурентоспособности товара.

Многоуровневая оценка конкурентоспособности вытекает из трех- и пятиуровневой моделей товара Ф. Котлера [1] и мультиатрибутивной модели Ж.-Ж. Ламбена [2], в соответствии с трактовками которых выделяются основные характеристики товара, удовлетворяющие базовые потребности потребителя, и дополнительные услуги, предлагаемые в процессе реализации товара, влияющие на его возможность быть проданным. Конкурентоспособная продукция по своим базовым характеристикам может оказаться невостребованной в силу недостатков ее продвижения, организации сбыта, отсутствия продажного и послепродажного обслуживания товара и т.д., что компания должна учитывать, выявляя свои конкурентные преимущества [3]. Первоначально ориентируясь на воплощение базовых функций товара, потребитель затем сравнивает дополнительные услуги, которые предлагают производитель и продавец. Для многих товаров широкого потребления и производственно-технического назначения, особенно высокотехнологичных товаров, такие характеристики как условия продажи и послепродажное обслуживание во многом могут регламентировать их способность быть востребованными. Это необходимо учитывать в процессе менеджмента товара, а именно, в процессе управления его конкурентоспособностью. В соответствии с высказыванием Теодора Левитта: «Современная конкуренция развивается не между тем, что компании производят на своих заводах, а между тем, что они “добавляют” к своей продукции в виде упаковки, услуг, рекламы, консультаций для покупателей, финансирования, условий поставок, складирования и других значимых для потребителей ценностей» [1].

Маркетологи всегда стоят перед выбором метода оценки конкурентоспособности своей продукции с целью ее мониторинга. При этом метод оценки может быть достаточно традиционным, но перечень факторов и показателей оценки каждый раз устанавливается заново в зависимости от назначения товара и тенденций рыночного спроса. Например, в условиях сверх насыщенности рынка товарными категориями и товарами различных производителей

значительно возрастает значимость коммерческих характеристик товара, связанных с условиями оплаты и доставки товара, силой бренда, предоставляемого сервиса в процессе и после продажи товара и т.д. В дальнейшем рассмотрим данный подход на примере анализа конкурентоспособности тестов разных производителей, с помощью которых диагностируется молоко на антибиотики.

Основная часть

В самом общем виде конкурентоспособность продукции – это ее способность быть проданной на конкретном рынке в конкретный момент времени [4]. Эта способность определяется совокупностью качественных и стоимостных показателей изделий [5]. Конкурентоспособность – показатель относительный, так как определяется в сравнении с показателями конкурентов [6] и его нельзя определить безотносительно места и времени.

Оценивается конкурентоспособность в большинстве работ как отношение полезного эффекта от потребления продукции к цене потребления [7], т.е. в основе формулы лежит соотношение «цена - качество». Уровень конкурентоспособности, который может быть меньше, равен или больше 1, что свидетельствует о потенциальной возможности товара быть проданным [3]. Однако, в большинстве методик учитываются лишь базовые характеристики товара и не учитывается коммерческая составляющая, связанная с условиями реализации продукции и коммуникационной активностью ее продвижения, все то, что увеличивает коммерческий потенциал товара [8]. Коммерческий потенциал товара на разных этапах его жизненного цикла не является постоянным, со временем он падает в результате морального старения товара, активной деятельности конкурентов и т.д. Следовательно, с целью его восстановления в управление конкурентоспособностью товара следует включить инструмент оценки коммерческого потенциала. Оценка коммерческого потенциала товара должна производиться и на этапах его разработки и внедрения на рынок.

В контексте коммерческой составляющей конкурентоспособности к ее факторам могут быть отнесены:

- условия оплаты товара,
- гарантийные обязательства производителя,
- послепродажное обслуживание,
- услуги по транспортировке, установке и монтажу товара,
- уровень новизны товара,
- степень инновативности товара,
- сила товарного бренда и т.д.

Данный перечень зависит от назначения товара, условий его приобретения и эксплуатации, целей исследования.

Приведем пример проведения сравнительной оценки конкурентоспособности экспресс-тестов выявления антибиотиков в молоке, применяемых на предприятиях молочной промышленности в России, Беларуси и Казахстане, а также на европейских заводах - экспортирующих молоко в Таможенный Союз, для чего сначала дадим краткую характеристику продукта.

Последние годы все страны и Россия уделяют большое внимание экологической чистоте производства, охране окружающей среды, сохранению здоровья человека. Это касается в первую очередь пищевых продуктов, и в том числе молока и молочных изделий. В частности, контролируется наличие антибиотиков в молоке, которое может вызывать проблемы с кишечником и аллергию.

Допустимые значения антибиотиков в молоке, устанавливаемые российскими законами и ГОСТами, строго контролируется Роспотребнадзором. Включение в оценку конкурентоспособности тестов показателя соответствия отечественным ГОСТам и/или техническому регламенту Таможенного союза (ТРТС), позволит потребителям тестов осуществить их правильный мониторинг, оценку и выбор.

Определить наличие антибиотиков в молоке можно лабораторным путем, проведя необходимые исследования, но не всегда есть возможность иметь собственную лабораторию. Альтернативой лабораторным исследованиям являются экспресс-тесты, использование которых возможно и в фермерских хозяйствах, и в домашних условиях. Если скрининговый анализ с использованием тест-полосок дает положительный результат, то такую партию молока отправляют в лабораторию для проведения исследования дорогостоящим инструментальным методом.

Таких тестов появляется все больше и больше, и продавцы, и производители в процессе их менеджмента нуждаются в соответствующих методах оценки их конкурентоспособности на рынке конкретной страны.

Первым этапом оценки конкурентоспособности любого товара является установление перечня показателей для сравнения и выбор базы сравнения.

Так, тесты разных производителей определяют разное количество групп антибиотиков. Одни из них определяют непосредственно одну конкретную группу антибиотиков, другие – одновременно две. Наиболее популярные из них выявляют наличие сразу четырех групп антибиотиков.

При этом одни более чувствительны к антибиотикам, другие менее, т.е. ряд тестов обнаруживают антибиотики только при их достаточно больших количествах в молоке, другие – даже при их минимальном количестве. У разных брендов разное время тестирования, которое варьируется от нескольких минут до нескольких часов, а также точность оценки, повторяемость результатов.

Различаются тесты разных производителей и сложностью методики, потребностью в дополнительном оборудовании (инкубаторов для нагрева молока, считывающих устройств и т.д.) или ее отсутствием, числом этапов тестирования, возможностью проведения диагностики в любых условиях, как лабораторных, так и домашних.

Для ряда потребителей имеет большое, а иногда и решающее значение имя и сила бренда.

Одним из факторов конкурентоспособности компаний является их корпоративная социальная ответственность, обеспечивающая сегодня устойчивое развитие общества и бизнеса, в числе которой важное место занимает экологическая ответственность. Помимо того, что тестирование молока на наличие антибиотиков уже само по себе пусть и косвенно, но служит охране здоровья людей, ряд компаний, декларирующих корпоративную социальную

ответственность бизнеса, следит за экологической чистотой упаковки тестов, безопасной для окружающей среды и поддающейся многократной переработке.

Для коммерческого потенциала товара играют роль условия его приобретения и эксплуатации, та поддержка, которую предлагают либо не предлагают производители/продавцы своим клиентам. К числу таких факторов можно отнести предоставление кредита, бесплатную доставку, обучение, консультации, видео-материалы и т.д.

Итак, для оценки конкурентоспособности тестов с учетом мнения экспертов были отобраны наиболее весомые показатели (табл. 2), одни из которых с точки зрения выполняемых функций отнесены к разряду базовых показателей (традиционно в методиках, определяемых как показатели потребительского эффекта), другие к разряду показателей, обеспечивающих коммерческий потенциал – показатели коммерческого эффекта. И третья группа – показатели стоимостного эффекта.

Таблица 1 – Классификация показателей оценки конкурентоспособности тестов на обнаружение антибиотиков в молоке

Базовые показатели потребительского эффекта	Показатели коммерческого эффекта	Показатели стоимостного эффекта
количество определяемых групп антибиотиков; количество этапов исследования; время проведения исследования; уровень чувствительности; степень точности	дополнительные услуги, связанные с приобретением (например, предоставление кредита, условия оплаты и доставки и т.д.); дополнительные услуги, связанные с эксплуатацией (обучение, консультации, видеоматериалы, др.); сила товарного бренда; сила корпоративного бренда производителя и/или частного бренда торговой организации; экологическая чистота упаковки; коммуникационная активность	стоимость приобретения (цена, стоимость доставки и т.д.); стоимость эксплуатации (необходимость дополнительного оборудования и т.д.)

Как уже отмечалось выше, на российском рынке тестов для выявления антибиотиков в молоке представлено достаточно большое разнообразие брендов, значения одних из показателей конкурентоспособности товара у которых выше, других – ниже, что затрудняет выбор базы сравнения. Для приведения исходных показателей в сопоставимый вид и интегрирования числовых значений частных показателей воспользуемся формулами [9]:

$$X_{\text{пр}} = \frac{x - x_{\text{мин}}}{x_{\text{макс}} - x_{\text{мин}}} \quad (1)$$

или

$$X_{\text{пр}} = 1 - \left[\frac{x - x_{\text{мин}}}{x_{\text{макс}} - x_{\text{мин}}} \right] \quad (2)$$

где $x_{\text{пр}}$ – приведенное значение показателя;

$x_{\text{макс}}$ – максимальное значение показателя;

$x_{\text{мин}}$ – минимальное значение показателя.

Вторая формула необходима, если показатель имеет для оценки конкурентоспособности товара отрицательное значение. Например, число этапов тестирования чем меньше, тем лучше. Следовательно, для приведения показателя в сопоставимый вид следует применить вторую формулу. Пусть для одного образца тестов требуется проведение анализа в два этапа, а для второго – в один этап. Тогда приведенный показатель для первого образца будет равен $X_{\text{пр1}}^{\text{эт}} = 1 - \left[\frac{2-1}{2-1} \right] = 0$, а для второго $X_{\text{пр2}}^{\text{эт}} = 1 - \left[\frac{1-1}{2-1} \right] = 1$.

Или еще пример. Для первого анализируемого образца тестов время тестирования 6 минут (оно же является минимальным значением в группе тестов на выявление антибиотиков в молоке), для второго – 10 минут. Максимальное же время тестирования в группе – 180 минут. Время тестирования чем меньше, тем лучше, так что опять же используем вторую формулу. Тогда приведенное значение время тестирования для первого образца: $x_{\text{пр1}}^{\text{вр}} = 1 - \left[\frac{6-6}{180-6} \right] = 1$. Для второго образца $x_{\text{пр2}}^{\text{вр}} = 1 - \left[\frac{10-6}{180-6} \right] = 0,98$.

Аналогичным образом определяем и уровень остальных показателей, используя первую формулу, если показатель стремится к увеличению, и вторую формулу, если показатель стремится к уменьшению. Результаты всех расчетов заносятся в таблицу 2 (в примере для сравнения взяты условные образцы).

Таблица 2 – Значения показателей конкурентоспособности тестов для выявления антибиотиков в молоке

Показатели	Образец 1	Образец 2
Базовые показатели потребительского эффекта		
Количество определяемых групп антибиотиков	1	1
Количество этапов исследования	0	1
Время проведения исследования (минуты)	1	0,98
Уровень чувствительности	1	0,87
Степень точности	0,96	1
<i>Итого суммарное количество баллов потребительского эффекта</i>	<i>3,96</i>	<i>4,85</i>
<i>Уровень показателя потребительского эффекта</i>	<i>0,79</i>	<i>0,97</i>
II. Показатели коммерческого эффекта		
Дополнительные услуги, связанные с приобретением товара	1	0,9
Дополнительные услуги, связанные с эксплуатацией	1	0,8
Сила бренда	0,70	1
Экологическая чистота упаковки	1	0,6
Коммуникационная активность	1	0,95
<i>Итого суммарное количество баллов коммерческого эффекта</i>	<i>4,7</i>	<i>4,25</i>
<i>Уровень показателя коммерческого эффекта</i>	<i>0,94</i>	<i>0,85</i>
III. Показатели стоимостного эффекта		
Стоимость приобретения	0,71	0,82
IV. Интегральное значение уровня конкурентоспособности товара		
$Y_{\text{ксп}}$ без учета коммерческого потенциала товара	0,79/0,71=1,1127	0,98/0,87=1,1195
$Y_{\text{ксп}}$ с учетом коммерческого потенциала	$\sqrt[2]{1,1127 \times 0,94} = 1,02$	$\sqrt[2]{1,1195 \times 0,85} = 0,98$

Уровень групповых показателей потребительского и коммерческого эффекта определяется традиционным способом как отношение суммы фактически набранных баллов по всем частным показателям к максимально возможной сумме баллов. Так как в соответствии с методикой расчета каждый частный показатель может быть максимально равен 1, то групповой показатель рассчитывается как отношение суммарного фактического количества баллов по всем частным показателям к 5. Частные показатели коммерческого эффекта определяются аналогичным образом либо экспертами по шкале от 0 до 1 в зависимости от широты предоставляемых услуг, силы бренда, возможности экологически чистой утилизации отходов и т.д.

Определяя показатель стоимостного эффекта, используем первую формулу, так как данный показатель при расчете $Y_{\text{ксп}}$ стоит в знаменателе, что уже учитывает его отрицательное влияние, т.е. чем выше цена, тем ниже уровень конкурентоспособности товара. Пусть цена первого образца 27000 руб., второго – 29000 руб., в то время как минимальная цена по рынку 15000 руб., а максимальная – 32000 руб. Тогда уровень стоимостного эффекта первого образца будет равен 0,71 [(27000-15000)/(32000-15000)], а второго образца – 0,82 [(29000-15000)/(32000-15000)].

Как уже отмечалось выше традиционно показатель конкурентоспособности продукции определяется отношением полезного (потребительского) эффекта к цене потребления продукции. Рассчитанный таким образом уровень КСП первого образца будет равен 1,1127, а второго – 1,1195. Превышение, пусть и незначительное, показателя второго образца над первым, несмотря на его относительно высокую цену, связано с тем, что показатель потребительского эффекта у него значительно выше. Однако, низкий уровень его коммерческого эффекта привел к тому, что в конечном счете первый образец оказался более конкурентоспособным (корректировка уровня конкурентоспособности товара с учетом коммерческой составляющей проводится по формуле средней геометрической величины: $Y_{\text{ксп1}} = 1,02$; $Y_{\text{ксп2}} = 0,98$).

Это могло быть связано с тем, что, обладая сильным брендом, компания снизила свою коммуникационную активность, не посчитала нужным расширить круг дополнительных услуг, активно предоставляемых другими компаниями на рынке, не учла, что последнее время потребители все больше внимания обращают на экологическую ответственность производителей и т.д.

В данном примере весомость всех показателей признана равнозначной, но при необходимости она может быть определена экспертами и введена в оценку.

Заключение

Сверхнасыщенность рынка товарами в условиях жесточайшей конкуренции вызывает необходимость обращать особое внимание на коммерческий потенциал товара, а, следовательно в процессе менеджмента товара данный фактор конкурентной борьбы необходимо вводить в оценку его конкурентоспособности. Разрабатывая метод мониторинга и оценки конкурентоспособности товара, формируя перечень показателей потребительского эффекта, необходимо учитывать отраслевую специфику товара и не забывать о подкрепляющих успешное соперничество факторах в виде

упаковки, услуг в области сбыта и эксплуатации продукции, рекламы и корпоративной социальной ответственности бизнеса.

Предложенный метод определения уровня частных показателей конкурентоспособности товара позволяет определять ее, используя наилучшие значения, достигнутые различными брендами, учитывает коммуникационную составляющую и экологическую ответственность бизнеса.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. - СПб, Издательский дом «Питер», 2018.
2. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен. Пер. с франц. – СПб., Издательство «Наука», 1996.
3. Иващенко Н.С. Терминологический анализ понятия «устойчивая конкурентоспособность» / Н.С. Иващенко // Актуальные проблемы и тенденции развития экономики организаций в России: Сборник научных трудов. К 15-летию кафедры аудита и контроллинга МГУДТ. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 285 с. С.113-119
4. Мельников И. Товарная информация / И. Мельников. [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/Wrdp5> (дата обращения: 27.10.2018).
5. Власова О.В. Рынок продовольственных товаров / О.В. Власова, Е.Н. Киселева, Е.Б. Коннова. [Электронный ресурс]. URL: http://www.plam.ru/bislit/rynok_prodovalstvennyh_tovarov/index.php (дата обращения: 27.10.2018).
6. Ivashchenko N.S. Management of company's competitiveness from the standpoint of achieving the desired goal / N.S. Ivashchenko // Известия ВУЗов: Технология текстильной промышленности. – 2011, № 7 (336). С. 8-11.
7. Баумгартен Л.Г. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции / Л.Г. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом. - 2014. - №4. - с.72-85.
8. Иващенко Н.С. Коммерческая составляющая конкурентоспособности товара / Н.С. Иващенко // Современные научные исследования и разработки. 2018. №11(28), т.1. С.297-299
9. Тесты на антибиотики в молоке. [Электронный ресурс]. URL: <https://tian-trade.ru/catalog/ekspress-testy-dlya-opredeleniya-antibiotikov-v-moloke/> (дата обращения 20.02.20)
10. Ключникова Е.В. Методические подходы к расчету интегрального показателя, методы ранжирования / Е.В. Ключникова, Е.М. Шитова // ИнноЦентр, выпуск № 1(10) апрель 2016. [Электронный ресурс]. URL: [http://innoj.tversu.ru/Vipusk1\(10\)2016](http://innoj.tversu.ru/Vipusk1(10)2016) (дата обращения 20.06.20)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Kotler F. Marketing menedzhment [Marketing management] / F. Kotler, K. L. Keller. - St. Petersburg, Publishing house «Piter», 2018 [in Russian]
2. Lambin J.-J. Strategicheskij marketing [Strategic marketing] / J. J. Lambin. Translated from French-St. Petersburg, Nauka, 1996 [in Russian]
3. Ivashchenko N. S. Terminologicheskij analiz ponjatija «ustojchivaja konkurentosposobnost'» [Terminological analysis of the concept of "sustainable competitiveness"] / N. S. Ivashchenko // Aktual'nye problemy i tendencii razvitiya ehkonomiki organizacij v Rossii: Sbornik nauchnykh trudov. K 15-letiju kafedry audita i kontrollinga MGUDT [Issues and trends in the development of the economy of organizations in Russia: Collection of scientific papers. To the 15th anniversary of the Department of Audit and Controlling of Moscow State University of Design and Technology]. - Moscow: "Moscow State University of Design and Technology", 2016. - 285 p., pp. 113-119 [in Russian]
4. Melnikov I. Tovarnaja informacija [Product information] / I. Melnikov. [Electronic resource]. URL: <https://clck.ru/Wrdp5> (accessed: 27.10.2018) [in Russian]
5. Vlasova O. V. Rynok prodoval'stvennykh tovarov [The market of food products] / O. V. Vlasova, E. N. Kiseleva, E. B. Konnova. [Electronic resource]. URL: http://www.plam.ru/bislit/rynok_prodovalstvennyh_tovarov/index.php (accessed: 27.10.2018) [in Russian]
6. Ivashchenko N.S. Management of company's competitiveness from the standpoint of achieving the desired goal / N. S. Ivashchenko // Izvestija VUZov: Tekhnologija tekstil'noj promyshlennosti [Bulletin of Higher Education Institutions: Technology of the textile industry]. – 2011, № 7 (336), pp. 8-11
7. Baumgarten L. G. Analiz metodov opredelenija konkurentosposobnosti organizacij i produkci [Analysis of methods for determining the competitiveness of organizations and products] / L. G. Baumgarten // Marketing v Rossii i za rubezhom [Marketing in Russia and abroad]. - 2014. - No. 4. - pp. 72-85 [in Russian]
8. Ivashchenko N. S. Kommercheskaja sostavljajushhaja konkurentosposobnosti tovara [The commercial component of the competitiveness of goods] / N. S. Ivashchenko // Sovremennye nauchnye issledovaniya i razrabotki [Modern scientific research and development]. 2018. No. 11(28), vol. 1, pp. 297-299 [in Russian]
9. Testy na antibiotiki v moloke [Tests for antibiotics in milk]. [Electronic resource]. URL: <https://tian-trade.ru/catalog/ekspress-testy-dlya-opredeleniya-antibiotikov-v-moloke/> (accessed: 20.02.20) [in Russian]
10. Klyushnikova E. V. Metodicheskie podkhody k raschetu integral'nogo pokazatelya, metody ranzhirovaniya [Methodological approaches to the calculation of the integral indicator, ranking methods] / E. V. Klyushnikova, E. M. Shitova // InnoCentre, issue 1 (10) April 2016. [Electronic resource]. URL: [http://innoj.tversu.ru/Vipusk1\(10\)2016](http://innoj.tversu.ru/Vipusk1(10)2016) (accessed: 20.06.20) [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.138>

СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ КАРТОФЕЛЕВОДСТВА В ЮЖНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Научная статья

Назарова А.А.^{1,*}, Кожевникова И.В.²

¹ ORCID: 0000-0002-6354-4457;

¹ Тихоокеанский государственный университет (ТОГУ), Хабаровск, Россия;

² Калининградский государственный технический университет (КГТУ), Калининград, Россия

* Корреспондирующий автор (010851[at]pnu.edu.ru)

Аннотация

В статье проанализировано состояние и перспективы развития отрасли картофелеводства в южных территориях Дальневосточного федерального округа. Выявлены сложившиеся тенденции за период с 1990 по 2020 гг. в сфере производства картофеля в Приморском и Хабаровском краях, Амурской области и Еврейской автономной области. Оценены уровень и современное состояние отраслей картофелеводства, материально-техническая база в исследуемых территориях. Отмечено критическое состояние технического оснащения отрасли: наличием тракторов и картофелеуборочных комбайнов в южных территориях ДФО сократилось более чем в 27 раз за 20 лет. Наблюдается снижение посадок картофеля и валовой сбор во всех категориях хозяйств, что ведет к снижению обеспеченности регионов продукцией собственного производства и соответственно к снижению уровня продовольственной безопасности ДФО.

Ключевые слова: картофелеводство, сельское хозяйство, южные территории ДФО, посевная площадь, урожайность, валовой сбор, материально-техническая база.

ON THE CURRENT STATE OF THE POTATO FARMING INDUSTRY IN THE SOUTHERN TERRITORIES OF THE FAR EASTERN FEDERAL DISTRICT

Research article

Nazarova A.A.^{1,*}, Kozhevnikova I.V.²

¹ ORCID: 0000-0002-6354-4457;

¹ Pacific National University, Khabarovsk, Russia;

² Kaliningrad State Technical University, Kaliningrad, Russia

* Corresponding author (010851[at]pnu.edu.ru)

Abstract

The article analyzes the state and prospects of the development of the potato farming industry in the southern territories of the Far Eastern Federal District. The authors outline the established trends for the period from 1990 to 2020 in the field of potato production in the Primorsky and Khabarovsk Krai, the Amur Region and the Jewish Autonomous Region. The study evaluates the level and current state of potato farming industries, the material and technical base in the territories under study. It also highlighted the critical state of the technical equipment of the industry: the presence of tractors and potato harvesters in the southern territories of the Far Eastern Federal District has decreased by more than 27 times in 20 years. There is a decrease in potato planting and gross harvest in all categories of farms, which leads to a decrease in the provision of regions with its own products and, accordingly, to a decrease in the level of food security of the Far Eastern Federal District.

Keywords: potato growing, agriculture, southern territories of the Far Eastern Federal District, sown area, yield, gross harvest, material and technical base.

Введение

Агропромышленный комплекс Дальневосточного федерального округа функционирует в сложных природно-климатических и экономических условиях, обусловленных географическим положением, особенностями климата, удаленностью от промышленных центров и основных сельскохозяйственных регионов России [1].

На Дальнем Востоке слабая освоенность территории сочетается с малоземельем, низким плодородием земель. Сельскохозяйственные угодья занимают 1,5 %, а пашня лишь 0,5 % территории. Более 80 % угодий нуждаются в известковании, проведении других видов мелиораций. Половина пашни имеет критически низкое содержание гумуса, тяжелый механический состав почв, нуждается в мелиоративном улучшении [2].

Около 80 % территории Дальневосточного федерального округа размещено в районах распространения вечной мерзлоты, имеет отрицательные среднегодовые температуры. Южные территории ДФО, в которых размещено 90 % пашни и 73,3 % сельскохозяйственных угодий, подвержены влиянию муссонов, приносящих значительный ущерб сельскохозяйственному производству. Эти условия влияют на размещение отраслей земледелия. Такие культуры, как рис, соя, теплолюбивые овощные культуры (перец, баклажаны и др.) возделываются только в южных районах [2].

В настоящее время картофель является одним из основных традиционных и доступных продуктов питания населения, имеет существенное значение, как источник сочных кормов для животноводства, особенно в личных подсобных хозяйствах. Гарантированное обеспечение картофелем является составной частью решения проблемы продовольственной безопасности [5].

Проведение аграрной реформы в 90-х годах прошлого столетия сопровождалось снижением реальных доходов населения, повсеместным сокращением потребления продуктов животноводства, растительного масла, сахара, в определенной мере возмещалось производимым в хозяйствах населения, традиционным и относительно более дешевым и доступным продуктом питания — картофелем [5], [7].

Прекращение государственных инвестиций, утрата собственных источников из-за хронической убыточности большинства организаций по производству продукции сельского хозяйства, способствовали резкому сокращению материально технической базы сельскохозяйственных предприятий

Парк тракторов в южных территориях ДФО в 2019 г. по сравнению с 1990 г. сократился в 8 раз, а по сравнению с 2010 г. на 33 %. Коэффициент обновления тракторов в последние десять лет по региону составил по годам от 2 до 3,9 %, а колебания по территориям составляли от 0,8 до 7 %. 72 % тракторов в аграрном секторе региона эксплуатируются более 15 лет. В итоге готовность тракторов в период массовых сельскохозяйственных работ в последние годы составляет от 70 до 78 %, значительная часть тракторов не участвует в сельскохозяйственных работах вследствие их технического состояния [6], [3].

Критическое положение сложилось в области обеспеченности хозяйств картофелеуборочными комбайнами. На начало 2020 г. в южных территориях ДФО оставалось всего 28 картофелеуборочных комбайнов, когда как в 1990 г. было 767 шт. Особенно плачевное состояние с наличием картофелеуборочных комбайнов в Еврейской автономной области – их наличие на начало 2020 г. не зарегистрировано. Сокращение комбайнов произошло от 10,6 раз в Хабаровском крае, до 34,7 раз в Амурской области за период 1990-2020 гг., в целом по южным территориям в 27,4 раза.

Выбытие других видов техники также превышает её поступление. В числе дефицитных машин оказались плуги, сеялки, культиваторы, посевные комплексы, опрыскиватели, техника для заготовки кормов. Из-за сокращения, а в ряде случаев и прекращения производства машин, сельскохозяйственные товаропроизводители вынуждены приобретать импортную технику по высокой стоимости.

Недостаточная техническая оснащённость ведёт к нарушению технологии, увеличению потерь продукции, служит одной из причин спада производства и роста издержек на единицу продукции.

Рост цен на удобрения и средства защиты растений при диспаритете цен и снижении доходности сельского хозяйства обусловили резкое сокращение применения удобрений (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Внесение минеральных удобрений в южных территориях ДФО

Территория	1990, тыс. тонн	2000, тыс. тонн	2005, тыс. тонн	2010, тыс. тонн	2015, тыс. тонн	2019, тыс. тонн
ДФО	378	13,5	19,6	22,	28,5	39,0
Приморский край	112,3	2,7	7,3	7,5	13,8	19,2
Хабаровский край	38,2	3,4	3,8	2,5	1,7	2,4
Амурская область	183,2	4,2	5,2	9,2	9,8	13,6
Еврейская автономная область	22	0,7	1,3	1,5	1,3.	1,5
Всего по южным территориям	355,7	11,0	17,6	20,7	26,6	36,7

Внесение минеральных удобрений в 2019 г. в южных территориях ДФО в сравнении с 1990 г. сократилось в 9,7 раза. Изменение экономических условий способствовало росту применения удобрений в 2019 г. по сравнению с 2005 г. по южным территориям в 2,1 раза, в том числе в Амурской области и Приморском крае в 2,6 раза. В настоящее время использование удобрений в большинстве хозяйств определяется не требованиями агротехники, а финансовыми возможностями и размерами средств, выделяемых субъектами Федерации.

Стабилизация и устойчивое развитие отрасли картофелеводства является решающей предпосылкой обеспечения населения продукцией местного производства. Основными районами, в которых сосредоточены посадки картофеля, остаются Приморский и Хабаровский края, Амурская область, в которых сосредоточено 52,3 % посевных площадей под картофель из всего ДФО, включая Забайкальский край и Республику Бурятия.

До 1995 г. сокращение посевов картофеля в сельскохозяйственных предприятиях компенсировалось их увеличением в личных подсобных хозяйствах населения, но в последние годы этого не происходит. Сказываются как насыщенность рынка, так и ограниченные возможности этой категории хозяйств. Последние 10 лет структура производства картофеля стабильна и составляет 13 % – крестьянские (фермерские) хозяйства, 81 % – личные хозяйства населения и 6 % – сельскохозяйственные организации.

Особенностью структуры производства продукции картофелеводства является то обстоятельство, что большая ее часть производится в личных подсобных хозяйствах населения, доля которых в общем валовом сборе картофеля возросла с 60,5% в 1990 г. до 91,2% в 2020 г. За этот период по существу произошел сравнительно быстрый процесс трансформации производства картофеля из крупнотоварных сельскохозяйственных предприятий с преобладанием промышленных технологий его возделывания в мелкотоварные хозяйства, где имеет место высокий уровень затрат ручного труда.

Если в 1990 г. удельный вес сельскохозяйственных предприятий в производстве картофеля составлял 31,8 %, то в 2020 г. всего 5,2 %. В настоящее время 94,8 % картофеля южных территорий ДФО производится в крестьянских (фермерских) и личных подсобных хозяйствах. Хотя производство картофеля в личных подсобных хозяйствах с 1995 г. неуклонно сокращается с 1119,6 до 381,2 тыс. тонн в 2020 г. (см. таблицу 2). При этом если рассматривать структуру производства картофеля в разрезе категорий хозяйств, стоит отметить тенденции к снижению доли личных хозяйств при одновременном росте доли фермерских. Что безусловно является положительным аспектом развития сельского хозяйства с экономической точки зрения.

В целом уровень валовых сборов картофеля во всех категориях хозяйств за период 1995–2020 гг. сократился на 63 %.

Таблица 2 – Валовой сбор картофеля по категориям хозяйств в Южных территориях ДФО

Территория	1990, тыс. тонн	1995, тыс. тонн	2000, тыс. тонн	2005, тыс. тонн	2010, тыс. тонн	2015, тыс. тонн	2019, тыс. тонн	2020, тыс. тонн
Хозяйства всех категорий								
Приморский край	168,2	466,4	248,9	308,4	317,4	239,8	198,7	192,2
Хабаровский край	267,5	341,6	282,1	252,0	218,2	139,9	68,7	84,7
Амурская область	266,8	338,0	338,5	273,7	264,0	201,3	153,4	149,0
Еврейская а. о.	140,8	90,9	89,2	112,6	102,9	56,9	18,0	34,6
Южные территории ДФО	843,3	1237	958,8	946,6	902,5	637,9	438,8	460,4
Сельскохозяйственные предприятия								
Приморский край	57,2	33,2	12,8	13,8	34,7	19,3	15,8	20,2
Хабаровский край	48,	18,7	13,6	13,6	11,8	11,2	1,8	2,6
Амурская область	78,8	20,2	12,5	5,4	5,1	5,0	2,0	1,1
Еврейская а. о.	83,9	25,6	8,2	4,0	2,3	0,5	-	0,02
Южные территории ДФО	268,3	97,8	47,1	36,8	54,0	36,0	19,6	23,9
Крестьянские (фермерские) хозяйства								
Приморский край	-	9,3	8,5	9,5	281	21,7	27,9	31,4
Хабаровский край	-	3,5	7,2	4,7	4,2	5,8	3,4	2,5
Амурская область	0,1	4,4	5,6	10,3	25,8	22,2	23,9	18,8
Еврейская а. о.	0,04	2,4	2,2	8,6	14,0	9,4	1,0	2,7
Южные территории ДФО	1,04	19,6	26,5	33,2	72,1	59,1	56,1	55,4
Личные подсобные хозяйства								
Приморский край	111,0	424,9	227,6	285,1	254,5	198,8	155,0	140,6
Хабаровский край	219,1	319,4	261,3	233,8	202,1	122,9	63,5	79,7
Амурская область	187,9	313,4	320,7	258,0	233,0	174,1	127,5	129,0
Еврейская а. о.	56,9	62,9	75,9	100,0	86,7	47,0	17,0	31,8
Южные территории ДФО	574,9	1119,6	885,5	876,8	776,4	542,8	363,0	381,2

Основное производство картофеля сосредоточено в личных подсобных хозяйствах (81,7 %). Пожалуй, ни одна другая отрасль в растениеводстве, не имеет столь высокого удельного веса посевов в этой категории хозяйств [8]. Это объясняется тем, что в сложных экономических условиях переходного периода население самостоятельно пытается обеспечить себя основными продуктами питания и, главным образом картофелем. Продукция, выращенная в личных подсобных хозяйствах, на 80–85 % потребляется самими производителями и членами их семей, а излишки (15–20 %) реализуются через рынки [9], [10].

Перемещение посадок картофеля в хозяйства населения обеспечивает сокращение потерь урожая и рост урожайности, которая увеличилась с 110 ц/га в 1990 г. до 120 ц/га в 2020 г. (см. рисунок 1).

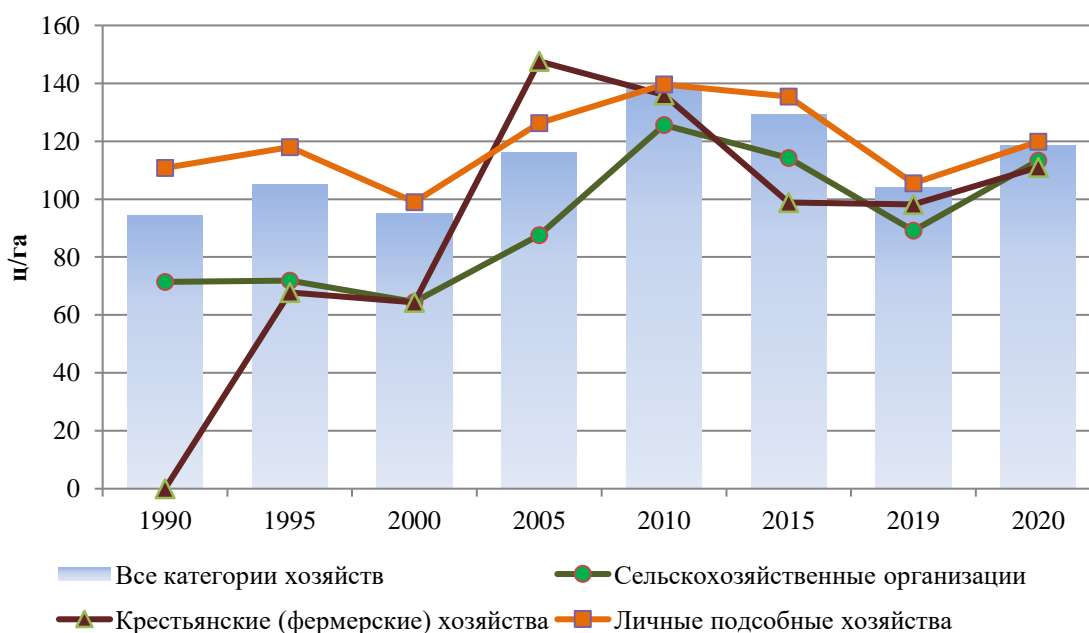


Рис. 1 – Урожайность картофеля по категориям хозяйств в южных территориях ДФО

Урожайность, в зависимости от погодных условий, колеблется как по отдельным территориями, так и по годам, что, соответственно, отражается на валовых сборах картофеля.

Заключение

Дальнейшее увеличение производства картофеля в южных территориях региона его эффективного возделывания зависит от формирования условий, долговременных стабильных договорных отношений между производителями и заготовительными организациями, снабжающими северные территории и промышленные центры. Каждая территория стремится к самообеспеченности этой продукцией. При организации межрегионального обмена округ может полностью удовлетворять потребности за счет собственного производства. Испытывают потребность в поставках картофеля Республика Саха (Якутия), Чукотский автономный округ, Магаданская область.

Стабилизация и дальнейшее развитие отрасли картофелеводства возможно при компенсации сокращения посевных площадей повышением урожайности за счет улучшения мотивации труда, более строгого выполнения технологий выращивания и перехода к ресурсосберегающим технологиям.

Учитывая роль личных подсобных хозяйств и возрастающую долю фермерских хозяйств, необходимо совершенствовать набор сортов разных сроков созревания, сосредоточить семеноводство в специализированных подразделениях предприятий, использующих ресурсосберегающие технологии и имеющих базу для хранения семенного материала.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Аграрный сектор Дальнего Востока: проблемы и перспективы развития / общая редакция А. С. Шелепа . – Хабаровск, – 2013 – 211 с.
2. Асеева Т. А. Сельское хозяйство Дальнего Востока: условия, проблемы и потенциал развития / Т. А. Асеева, Е. П. Киселев, Г. И. Сухомиров / под ред. Н. Е. Антоновой; Рос. акад. наук, Дальневост. отд-ние, Ин-т экон. исследований, Дальневосточный НИИ сельского хозяйства. – Хабаровск: «Издательство ТОГУ».– 2020. – 165 с.
3. Асеева Т. А. Современное состояние и перспективы развития отрасли растениеводства в южных территориях Дальнего Востока / Т. А. Асеева, А. А. Назарова // материалы секционных заседаний 55-й студенческой научно-технической конференции ТОГУ – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2015. – С. 265–271.
4. Дыйканова М. Е. Возделывание раннего картофеля: учебное пособие / И. Н. Гаспарян, М. Е. Дыйканова // Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К. А. Тимирязева (Москва). — Москва, –2019 — 171 с.
5. Ким Л. В. Научное обоснование решения продовольственных проблем в Дальневосточном федеральном округе: учебное пособие / Л. В. Ким // . – Хабаровск. – Издательство ТОГУ. – 2016. – 108 с.
6. Ким Л. В. Проблемы и перспективы отрасли растениеводства в Дальневосточном федеральном округе / Л. В. Ким, А. В. Вдовенко, А. А. Назарова // Дальневосточный аграрный вестник. – Вып.3(51) . – Благовещенск, – 2019. – С. 19–27
7. Киселев Е. П. Базовые основы формирования продовольственной безопасности Дальневосточного федерального округа / Е. П. Киселев, А. В. Вдовенко, Л. В. Ким, А. А. Назарова //– Дальневосточный аграрный вестник. – Вып.1(45) . Благовещенск, 2018.– С. 110-117.
8. Михайлова Л. В. Эффективность производства картофеля и перспективы развития отрасли / Л. В. Михайлова, Р. Н. Алексеева // электронный научный журнал «Вектор экономики», – 2019. – №2. [Электронный ресурс]. URL: www.vectoreconomy.ru (дата обращения : 24.06.2021)
9. Тульчеев В. В. Перспективы развития рынка картофеля в России и мире / В. В. Тульчеев, С. В. Жевора, М. Ю. Борисов, Н. Н. Гордиенко // Проблемы прогнозирования, 2020.– № 1.– С. 117–122
10. Kim L.V. Agricultural sector of the Khabarovsk territory: status, problems and development prospects / L.V. Kim, A.A. Nazarova, V.A. Vdovenko // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. – 2020. P. 12 – 16

Список литературы на английском языке / References in English

1. Agrarnyi sector Dal'nego Vostoka : problema i perspektivy razvitiya [Agricultural sector of the Far East : problems and prospects of development] / general edition A. S. Shelepa . – Khabarovsk . – 2013 . – 211 p. [in Russian]
2. Aseeva T. A. Sel'skoe hoz'jajstvo Dal'nego Vostoka: usloviya, problemy i potencial razvitiya [Agriculture of the Far East: conditions, problems and development potential] / T. A. Aseeva, E. P. Kiselev, G. I. Suhomirov / edited by N. E. Antonovoj; Russia academy of science, Far Eastern department, Econ. Research Inst., Far Eastern SRI of agriculture. – Khabarovsk:, Publishing PNU.– 2020. – 165 p. [in Russian]
3. Aseeva T. A. Sovremennoe sostojanie i perspektivy razvitiya otrasli rastenievodstva v juznyh territorijah Dal'nego Vostoka [The current state and prospects for the development of the crop production industry in the southern territories of the Far East] / T. A. Aseeva, A. A. Nazarova // materialy sekcionnyh zasedanij 55-j studencheskoj nauchno-tehnicheskoy konferencii TOGU [materials of the breakout sessions of the 55th Student Scientific and Technical Conference of PNU] – Khabarovsk: Publishing PNU, 2015. – P. 265-271. [in Russian]
4. Dyjkanova M. E. Vozdelyvanie rannego kartofelja: uchebnoe posobie [Cultivation of early potatoes: a textbook] / I. N. Gasparjan, M. E. Dyjkanova // Rossijskij gosudarstvennyj agrarnyj universitet [Russian State Agrarian University] - MSHA imeni K. A. Timirjazeva (Moskva). — Moscow, –2019 — 171 p. [in Russian]

5. Kim L. V. Nauchnoe obosnovanie reshenija prodovol'stvennyh problem v Dal'nevostochnom federal'nom okruge: uchebnoe posobie [Scientific justification of the solution of food problems in the Far Eastern Federal District: a textbook] / L. V. Kim // . – Habarovsk. – Publishing PNU. – 2016. – 108 p. [in Russian]
6. Kim L. V. Problemy i perspektivy otrasli rastenievodstva v Dal'nevostochnom federal'nom okruge [Problems and prospects of the crop production industry in the Far Eastern Federal District] / L. V. Kim, A. V. Vdovenko, A. A. Nazarova // Dal'nevostochnyj agrarnyj vestnik [Far Eastern Agrarian Bulletin]. – Issue 3(51) . – Blagoveshhensk, – 2019. – P. 19–27 [in Russian]
7. Kiselev E. P. Bazovye osnovy formirovaniya prodovol'svennoj bezopasnosti Dal'nevostochnogo federal'nogo okruga [The basic foundations of the formation of food security in the Far Eastern Federal District] / E. P. Kiselev, A. V. Vdovenko, L. V. Kim, A. A. Nazarova //– Dal'nevostochnyj agrarnyj vestnik [Far Eastern Agrarian Bulletin].. – Issue 1(45) . Blagoveshhensk, 2018.– P. 110-117. [in Russian]
8. Mihajlova L. V. Jefferktivnost' proizvodstva kartofelja i perspektivy razvitija otrasli [Potato production efficiency and industry development prospects] / L. V. Mihajlova, R. N. Alekseeva // jelektronnyj nauchnyj zhurnal «Vektor jekonomiki» [electronic scientific journal "Vector of Economics"], – 2019. – №2. [Electronic resource]. URL: www.vectoreconomy.ru (accessed: 24.06.2021) [in Russian]
9. Tul'cheev V. V. Perspektivy razvitija rynka kartofelja v Rossii i mire [Prospects for the development of the potato market in Russia and the world] / V. V. Tul'cheev, S. V. Zhevora, M. Ju. Borisov, N. N. Gordienko // Problemy prognozirovaniya [Forecasting problems], 2020.– № 1.– P. 117–122 [in Russian]
10. Kim L.V. Agricultural sector of the Khabarovsk territory: status, problems and development prospects / L.V. Kim, A.A. Nazarova, V.A. Vdovenko // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. – 2020. P. 12 – 16

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.139>

РАЗВИТИЕ «ВОДОРОДНОЙ» ЭКОНОМИКИ: ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Обзорная статья

Петренко Л.Д.*

ORCID: 0000-0002-3433-8523,

Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия

* Корреспондирующий автор (lasasha[at]rambler.ru)

Аннотация

В статье представлен анализ состояния и тенденций развития «водородной» экономики, в ходе которого выявлен ряд особенностей, позволяющих оценить предпосылки и перспективы ее роста. Отражены изменения в части протекания процессов декарбонизации и низкоуглеродного развития. Отмечено усиление заинтересованности бизнес сообщества в наращивании инвестиционных расходов на развитие технологий производства водорода. Выявлены вызовы и возможности развития «водородной» экономики. Результаты анализа могут быть использованы в процессе разработки и реализации политики в области устойчивого экономического развития.

Ключевые слова: «водородная» экономика, «водородная» энергетика, возобновляемые источники энергии, декарбонизация, «зеленый» водород.

ON THE DEVELOPMENT OF THE HYDROGEN ECONOMY: BACKGROUND AND PROSPECTS

Review article

Petrenko L.D.*

ORCID: 0000-0002-3433-8523,

Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia

* Corresponding author (lasasha[at]rambler.ru)

Abstract

The current article presents an analysis of the state and trends in the development of the hydrogen economy, which reveals a number of features that allow for assessing the prerequisites and prospects for its growth. The study demonstrates the changes reflected in the course of decarbonization and low-carbon development while also pointing out that the increased interest of the business community in increasing investment spending on the development of hydrogen production technologies. Challenges and opportunities for the development of the "hydrogen" economy are also identified. The results of the analysis can be used in the process of developing and implementing policies in the field of sustainable economic development.

Keywords: hydrogen economy, hydrogen energy, renewable energy sources, decarbonization, "green" hydrogen.

Введение

Экологический тренд глобального развития подкреплен необходимостью реализации Парижского соглашения по климату, направленного на нивелирование процессов глобального потепления, базовой причиной которых считаются выбросы парниковых газов [1]. В связи с тем, что ключевым источником выбросов выступает глобальная энергетика требуется реализация трансформационных преобразований ее структуры и расширения доли использования возобновляемых источников энергии. Стремление большинства стран к декарбонизации своих экономик приводит к масштабированию поиска энергоносителей, способных обеспечить удовлетворение текущих потребностей людей без ущерба для следующих поколений и экосистемы планеты. В этой связи, водородная экономика выступает образом будущего глобальной экономики и начинает формироваться в отдельных регионах уже в настоящее время [2].

Основные результаты

Трансформационные преобразования в мировой энергетике в рамках «Энергетического перехода» характеризуются протеканием процессов декарбонизации и низкоуглеродного развития. Поиск источника, способного стать новым энергоносителем, обеспечивающим реализацию процессов декарбонизации в электроэнергетике, энергообеспечении зданий, транспортном секторе и промышленности приводит к актуализации исследований в области развития водородных технологий.

Водород был открыт еще в 18 веке Генри Кавендишем и получил свое дальнейшее развитие. В настоящее время водород выступает в качестве одного из промышленных газов. Основным источником энергии для его производства выступает природный газ. Ежегодные объемы производства водорода составляют около 65 млн. тонн и имеют невысокие темпы прироста (1-1,5%). Водород широко используется, главным образом, в нефтепереработке и химической промышленности. Однако энергетическое использование водорода реализуется лишь в объеме 1-2% от общих объемов его потребления [3].

Налицует несколько способов получения водородного топлива (термохимическое разложение и электролиз воды; риформинг нефти и нефтепродуктов, метана, различных природных и технических газов, биомассы и др.). В зависимости от источника водород условно разделяют на «зеленый», «серый», «голубой», «бирюзовый», «желтый» и «биоводород». Такое разделение не связано с цветом газа, однако упрощает восприятие различий технологий производства. «Зеленый» водород образуется наряду с кислородом при электролизе обычной воды. Важно отметить, что такой способ получения является весьма дорогостоящим и энергозатратным [4]. По результатам опроса российских компаний [5] ключевой технологией в ближайшем будущем респонденты указывают «голубой» и «зеленый» водород. (рис. 1.)

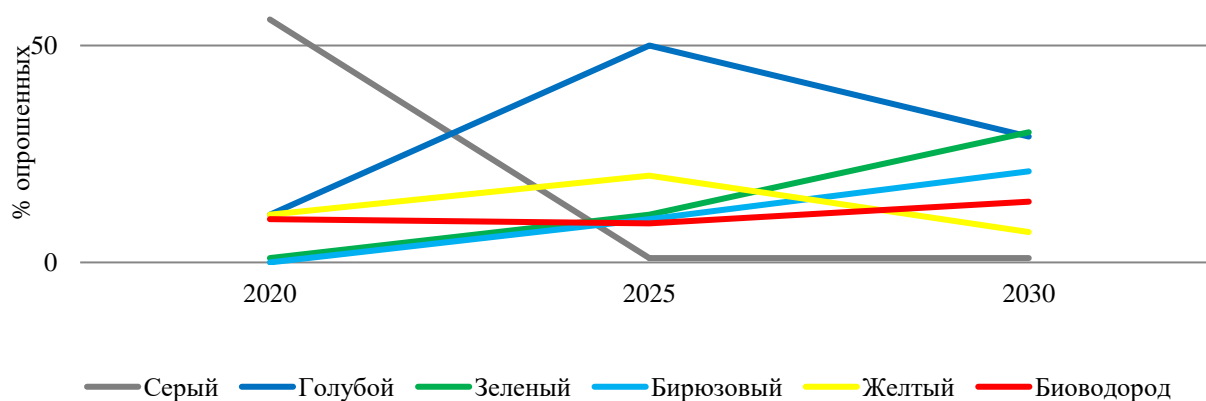


Рис. 1 – Актуальные способы производства водорода в 2020-2030 гг. [5]

Усиление мировых процессов, направленных на декарбонизацию приводит к возникновению серьезных вызовов для России. Низкоуглеродное развитие мирового энергетического сектора предполагает в качестве одного из ключевых драйверов – развитие водородной энергетики. Долгосрочные программы развития данного направления приняты более чем в 20 странах (Япония, Германия, Великобритания, США и др.). Их общим трендом является стремительный рост потребления «зеленого» водорода, производимого посредством использования энергии ВИЭ, за счет прогнозируемого (к 2035-2050 гг.) падения цен на него и достижением сопоставимости с устоявшейся ролью «грязной» энергетики в экономике [6].

Внедрение водородной энергетики в энергетический баланс предполагает наличие потребностей решения следующих задач: получение водородного топлива, его хранение, транспортировка, а также технологии использования.

Особенности энергетической стратегии России пока не предполагают высокую степень значимости развития низкоуглеродных технологий, в том числе водородных [7]. Наряду с этим, российская экономика обладает значительным потенциалом ресурсов для встраивания в глобальный рынок, а также собственными технологическими разработками и высоким уровнем внутреннего спроса. Так, по итогам опроса [5] 45% опрошенных считают, что российский рынок водородной энергетики в ближайшей перспективе будет расти на 5% в год.

Ожидается, что в ближайшем будущем развитие водородных технологий приведет к тому, что он может стать универсальным источником энергии для широкого круга отраслей. Наряду с этим, использование водорода как сырья для технологических нужд будет носить преобладающий характер (рис. 2) [5].

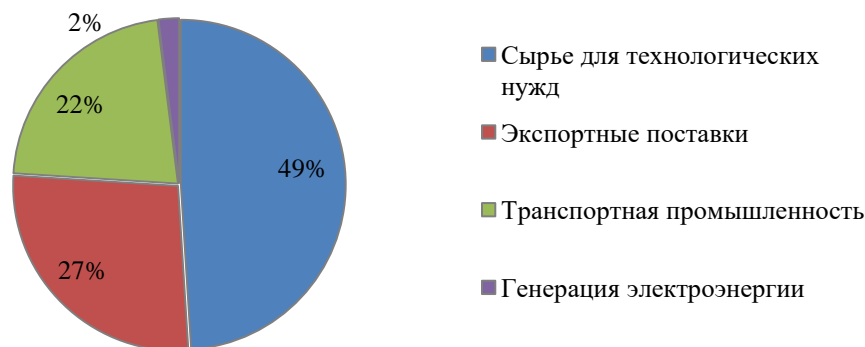


Рис. 2 – Перспективные направления использования водорода [5]

Важно отметить, что российские компании рассматривают масштабные перспективы наращивания инвестиционных расходов на производство водорода. Так, 34% компаний планируют к 2030 году инвестировать до 20% капитальных расходов на такое производство. [5] (рис. 3).

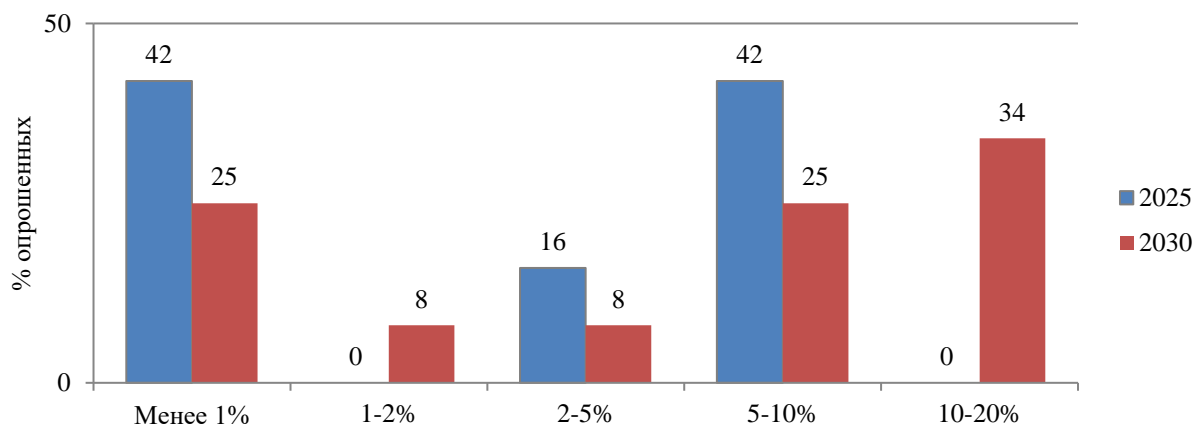


Рис. 3 – Удельный вес капитальных затрат компаний на производство водорода [5]

Ключевым драйвером развития как технологий, так и собственно производства водорода выступают его возможности как нового энергоносителя: замещение природного газа и нефтепродуктов в электроэнергетике; в отоплении зданий и сооружений; в промышленности и транспорте. При этом вопросы потребления водорода в значительной степени зависят от способа его производства. И большинство потребителей отдадут предпочтение водороду, произведенному с низким углеродным следом (около 66%) [5]. К числу системных мер поддержки производства водорода бизнес сообщество относит налоговые льготы и субсидирование инвестиционных вложений, направляемых на строительство производственных мощностей [8], [9], [10].

Заключение

Необходимость трансформационных преобразований глобального энергетического сектора предопределяется, главным образом, климатической повесткой. В этой связи, предпосылками развития «водородной» экономики являются: декарбонизация; интенсивное развитие сектора возобновляемых источников энергии; обеспечение процессов энергобезопасности; поиск новых точек экономического роста в условиях глобального энергетического перехода; озабоченность чистотой воздуха в городах и ряд других. Особенности развития российской экономики демонстрируют невысокий стимулирующий характер указанных предпосылок, однако отражают запрос на развитие водородного сектора со стороны бизнес сообщества. В этой связи, перспективы развития «водородной» экономики могут формироваться под воздействием факторов, обеспечивающих поддержку технологического развития, формирование долгосрочного спроса, а также стимулирование инвестиционной активности в этом секторе.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. The Paris Agreement. [Electronic resource]. URL: <https://clck.ru/Wrf6fnt.pdf> (accessed: 01.05.2021)
2. Митрова Т. Водородная экономика-путь к низкоуглеродному развитию / Т. Митрова, Ю. Мельников, Д. Чугунов. 2019. DOI:10.13140/RG.2.2.15540.91524
3. Global Renewables Outlook: Energy transformation 2050. [Electronic resource]. URL: <https://www.irena.org/publications/2020/Apr/Global-Renewables-Outlook-2020> (accessed 16.05.2021)
4. Литвиненко В.С. Барьеры реализации водородных инициатив в контексте устойчивого развития глобальной энергетики / В.С. Литвиненко, П.С. Цветков, М.В. Двойников и др. // Записки Горного института. 2020. №244. С. 428-438
5. Готовность российских компаний к развитию водородной экономики. [Электронный ресурс]. URL: <https://clck.ru/WrfAb> (дата обращения 16.05.2021)
6. Дегтярев К.С. О проблемах водородной экономики / К.С. Дегтярев, М.Ю. Березкин // Окружающая среда и энергетика. 2021. №1. С. 14-33.
7. Шостак Л.Б. Водородная экономика как современная антикризисная стратегия / Л.Б. Шостак, А.И. Дикарев // Формирование рыночных отношений в Украине. 2020. №6 (229). С. 16-33
8. Белов В.Б. Новые водородные стратегии ФРГ и ЕС: перспективы кооперации с Россией / В.Б. Белов // Современная Европа. 2020. №5. С.65-76
9. Борзенко В.И. Водородная энергетика - состояние и перспективы / В.И. Борзенко // Окружающая среда и энергетика. 2020. №3. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vodorodnaya-energetika-sostoyanie-i-perspektivy> (дата обращения: 15.05.2021).
10. Попадью Н.В. Водородная энергетика и мировой Энергопереход / Н.В. Попадью, Г.И. Рожнятовский, Д.И. Дауди // Инновации и инвестиции. 2021. №4. С. 59-64.

Список литературы на английском языке / References in English

1. The Paris Agreement. [Electronic resource]. URL: <https://clck.ru/Wrf6fnt.pdf> (accessed: 01.05.2021)
2. Mitrova T. Vodorodnaya ekonomika-put' k nizkouglerodnomu razvitiyu [Hydrogen economy-the path to low-carbon development] / T. Mitrova, Yu. Melnikov, D. Chugunov. 2019. DOI:10.13140/RG.2.2.15540.91524 [in Russian]

3. Global Renewables Outlook: Energy transformation 2050. [Electronic resource]. URL: <https://www.irena.org/publications/2020/Apr/Global-Renewables-Outlook-2020> (accessed 16.05.2021)
4. Litvinenko V. S. Bar'ery realizacii vodorodnykh iniciativ v kontekste ustojchivogo razvitija global'noj ehnergetiki [Barriers to the implementation of hydrogen initiatives in the context of sustainable development of global energy] / V. S. Litvinenko, P. S. Tsvetkov, M. V. Dvoynikov et al. // Zapiski Gornogo instituta [Bulletin of the Mining Institute]. 2020. №244, pp. 428-438 [in Russian]
5. Gotovnost' rossijskikh kompanij k razvitiju vodorodnoj ehkonomiki [Readiness of Russian companies to develop the hydrogen economy]. [Electronic resource]. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2021/04/ru-ru-readiness-of-russian-companies-for-hydrogen-economy-development.pdf> (accessed: 16.05.2021) [in Russian]
6. Degtyarev K. S. O problemakh vodorodnoj ehkonomiki [On the problems of the hydrogen economy] / K. S. Degtyarev, M. Yu. Berezkin // Okruzhajushhaja sreda i ehnergovedenie [Environment and Energy Science]. 2021. №1, pp. 14-33 [in Russian]
7. Shostak L. B. Vodorodnaja ehkonomika kak sovremennaja antikrizisnaja strategija [The Hydrogen economy as a modern Anti-Crisis strategy] / L. B. Shostak, A. I. Dikarev // Formirovanie rynochnykh otnoshenij v Ukraine [Formation of market relations in Ukraine]. 2020. №6 (229), pp. 16-33 [in Russian]
8. Belov V. B. Novye vodorodnye strategii FRG i ES: perspektivy kooperacii s Rossiej [New hydrogen strategies of Germany and the EU: prospects for cooperation with Russia] / V. B. Belov // Sovremennaja Evropa [Modern Europe]. 2020. №5, pp. 65-76 [in Russian]
9. Borzenko V. I. Vodorodnaja ehnergetika - sostojanie i perspektivy [Hydrogen energy - state and prospects] / V. I. Borzenko // Okruzhajushhaja sreda i ehnergovedenie [Environment and Energy Science]. 2020. №3. [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vodorodnaya-energetika-sostoyanie-i-perspektivy> (accessed: 15.05.2021) [in Russian]
10. Popadko N. V. Vodorodnaja ehnergetika i mirovoj Ehnergoperekhod [Hydrogen energy and the World Energy Transition] / N. V. Popadko, G. I. Rozhnyatovsky, D. I. Daudi // Innovacii i investicii [Innovations and Investments]. 2021. №4, pp. 59-64 [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.140>

РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ: ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Научная статья

Стаханов Д.В.^{1,*}, Грищенко О.В.², Майорова Л.Н.³

¹ ORCID: 0000-0001-8341-664X;

^{1, 2, 3} Таганрогский институт имени А.П.Чехова (филиал «РГЭУ (РИНХ)», Таганрог, Россия

* Корреспондирующий автор (dmit.stahanow[at]yandex.ru)

Аннотация

В статье представлен практико-ориентированный подход маркетингового исследования туристкой привлекательности территории на примере г. Таганрога. Проведена оценка потребительских предпочтений на основе данных анкетирования (опроса) туристкой привлекательности г. Таганрога среди респондентов – жителей региона. Представлена итоговая оценка респондентов по туристической привлекательности территории и сформирована матрица SWOT- анализа развития туризма в г. Таганроге. Результаты исследования могут служить основанием для выработки стратегии развития туризма данной территории.

Ключевые слова: туристский маркетинг, маркетинговые исследования, оценка потребительских предпочтений, матрица SWOT-анализа развития туризма территории, направления развития туризма.

REGIONAL MARKETING OF TOURIST SERVICES: AN ASSESSMENT OF CONSUMER PREFERENCES

Research article

Stakhanov D.V.^{1,*}, Grishchenko O.V.², Mayorova L.N.³

¹ ORCID: 0000-0001-8341-664X;

^{1, 2, 3} A. P. Chekhov Taganrog Institute, branch of the Rostov State University of Economics, Taganrog, Russia

* Corresponding author (dmit.stahanow[at]yandex.ru)

Abstract

The article presents a practice-oriented approach to marketing research of the tourist attractiveness of the territory based on the city of Taganrog. The authors carry out an assessment of consumer preferences based on the data of the questionnaire (survey) of the tourist attractiveness of Taganrog among the respondents – residents of the region and present the final assessment of respondents on the subject of the tourist attractiveness of the territory along with a matrix of SWOT analysis of tourism development in Taganrog. The results of the study can serve as basis for developing a strategy for the development of tourism in this territory.

Keywords: tourist marketing, marketing research, assessment of consumer preferences, SWOT analysis matrix of tourism development of a territory, directions of tourism development.

Введение

То, насколько успешно ведет свою деятельность туристическое предприятие, сильно зависит от предоставляемого им туристического продукта [3]. В первом ряду такие его показатели как: выгодность, привлекательность и качество продукта. Это делает туристический продукт главенствующей единицей, когда речь идет о маркетинге всего туристической организации. Так, предприятие обретает конкурентоспособность на рынке и получает прибыль [2]. В этой связи появляется необходимость еще более «глубоко» изучать потребительские предпочтения потенциальных потребителей данного вида услуг не только на федеральном, но и на региональном и местном уровнях. Однако, как показывает практика, многие регионы проводят малоэффективную политику по продвижению территории как туристской, не говоря уже о городах и сельских поселениях.

Анализ научных публикаций, посвященных данной проблематике также показал, что несмотря на их значительное количество как в отечественных, так и в зарубежных изданиях, универсальный и адекватный современному развитию туризма территорий инструментарий только формируется. Поэтому тема исследования, направленная на выявление потребительских предпочтений в туристской деятельности, является актуальной и практически значимой.

Цель исследования – на основе анализа потребительских предпочтений туристов, посещающих г. Таганрог сформировать матрицу SWOT-анализа развития туризма города для выявления перспективных направлений развития туризма территории.

Задачи исследования:

- провести анализ потребительских предпочтений на основе данных анкетирования (опроса) туристкой привлекательности г. Таганрога среди респондентов-жителей региона;
- сформировать матрицу SWOT-анализа развития туризма в г. Таганроге и определить направления его развития.

Методической основой исследования послужили общенаучные методы теоретического и эмпирического уровней, а также методы маркетинговых исследований и анализа, позволившие на основе данных анкетирования (опроса) туристкой привлекательности г. Таганрога среди респондентов – жителей региона сформировать комплексную оценку потребительских предпочтений и направлений развития туризма. Опрос жителей Ростовской области об их осведомленности о возможностях для отдыха в г. Таганроге, был связан с тем, что именно жителей Ростовской области следует рассматривать в качестве основных потребителей туров выходного дня в г. Таганрог, а также корпоративных выездных программ. При этом в качестве главного города – поставщика туристов выступает Ростов-на-Дону и по причине большой численности населения, и в силу большей платежеспособности, и по причине близости и транспортной доступности Таганрога.

В рамках анкетирования жителей Ростовской области было опрошено 100 человек в возрасте от 18 до 70 лет. Опрос проводился с помощью Google Формы методом случайной выборки в городах: Ростов-на-Дону, Азов и Новочеркасск, Батайск, Гуково, Каменск-Шахтинск. В случайную выборку попали как жители упомянутых выше городов, так и жители из соседних городов и регионов, оказавшиеся на момент опроса в Ростовской области на отдыхе или по делам. Оценки людей, не живущих в Ростовской области, но попавших в случайную выборку, также было решено включить в опрос для сравнения, поскольку они дают дополнительный взгляд на город из-за пределов региона.

Данное исследование носило главным образом качественный характер и было направлено на выявление распространенных и повторяющихся стереотипных оценок респондентов о г. Таганроге как месте для отдыха. Этим объясняется малый объем выборки и отсутствие жестких требований к структуре выборки для соблюдения репрезентативности. Как показывает практика маркетинговых исследований по выявлению стереотипных оценок, для получения достоверной картины достаточно опросить 40-50 представителей целевой группы. Начиная с 15-20-го респондента, становится понятно, какие стереотипы являются распространенными и типовыми для целевой группы, а какие – редкими и малозначимыми. Поэтому выборка объемом 100 респондентов позволяет гарантированно определить типовые стереотипные оценки о г. Таганроге.

Основная часть

То, насколько разнообразна туристическая деятельность, имеет прямое влияние на культурные, экономические и социальные элементы жизни региона [5]. Для того, чтобы улучшить основные параметры внутреннего туристского рынка региона, сначала, необходимо понять, в каком состоянии он находится, а также, определить наиболее важные направления развития, при этом необходимо осуществить соответствующие маркетинговые исследования, который включает анализ потребительских предпочтений [6].

Результаты опроса и анализ потребительских предпочтений по основным параметрам туристской привлекательности г. Таганрога для респондентов – жителей региона приведем ниже.

На основании опроса туристов, приезжающих в г. Таганрог, была определена следующая «география» въездного туризма (рис.1).

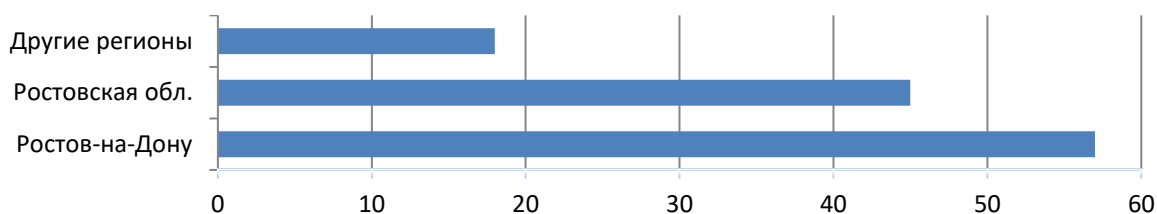
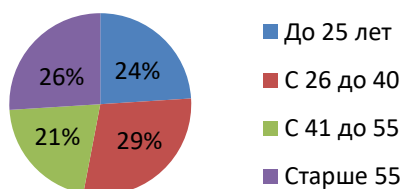


Рис. 1 – «География» въездного туризма г. Таганрога
Примечание: составлено авторами по данным по данным опроса

Опрошенные жители Ростовской области – это прежде всего жители Азова и Новочеркасска, Батайска, Гуково, Каменск-Шахтинска и др. или 38% от количества опрошенных, Ростова-на-Дону – 57%. Жители других регионов и стран представлены в частности: Москва и Московская область – 12 чел., Украина – 4 человека, Пятигорск, Краснодар, Воронеж, Санкт-Петербург – по 2 чел. и пр. Несмотря на небольшое число респондентов из других регионов и стран, в связи с чем эту выборку нельзя считать репрезентативной, близость и мобильность жителей этих регионов свидетельствует о том, что их можно рассматривать в качестве потенциальных рынков сбыта. В первую очередь к таким регионам можно отнести Москву и Московскую область, Краснодарский и Ставропольский края.

Анализ респондентов по возрасту и полу представлен на рисунке 2.

Распределение респондентов по возрасту



Распределение респондентов по полу

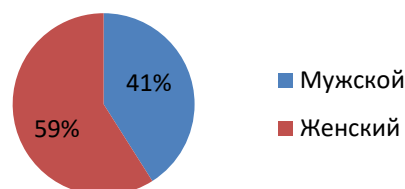


Рис. 2 – Половозрастная характеристика респондентов
Примечание: составлено авторами по данным по данным опроса

В опросе приняло участие 59 женщин, 41 мужчина. Из них: 24,2% – люди до 25 лет, 29,3% – люди от 26 до 40 лет, 21,2% – люди от 41 до 55 лет и 26,3% – граждане старше 55 лет. Интересно, что большинство опрошенных имеют средний (26-40 тыс. руб.) и ниже среднего (11-25 тыс. руб.) уровень доходов, что в сумме составляет 48%. Респондентов с уровнем доходов выше среднего (41-50 тыс. руб.) и высоким (более 51 тыс. руб.) уровнем доходов – 39% от общего количества опрошенных. Таким образом, можно предположить, что это люди, которые могут себе

позволить путешествие, в основном недорогое, т. к. Таганрог относится к городам, которые предлагают отдых эконом-класса. О том, что в основном посещения города связаны с отдыхом подтверждают ответы респондентов: 60 % опрошенных гостили у родственников и знакомых, 16% – отдыхали здесь на море, 24 % учились или учатся в Таганроге. Из данных диаграммы (рис.2), следует что нет преобладания молодежного, среднего или иного вида туризма. Город вызывает интерес у всех возрастных категорий туристов приблизительно в равной степени. Это хороший показатель для дальнейшего развития туризма в городе, так как существует многовариантный подход к развитию всех направлений. Дальнейшие вопросы были связаны с представлениями туристов о городе. При составлении диаграмм учитывались только корректные ответы. В анализах диаграмм приводится процент от общего количества человек, принявших участие в опросе (100 чел.). Анализ ассоциативного ряда, связанного с г. Таганрогом представлен на рисунке 3.

Какая наиболее яркая ассоциация связана у Вас с г. Таганрогом?

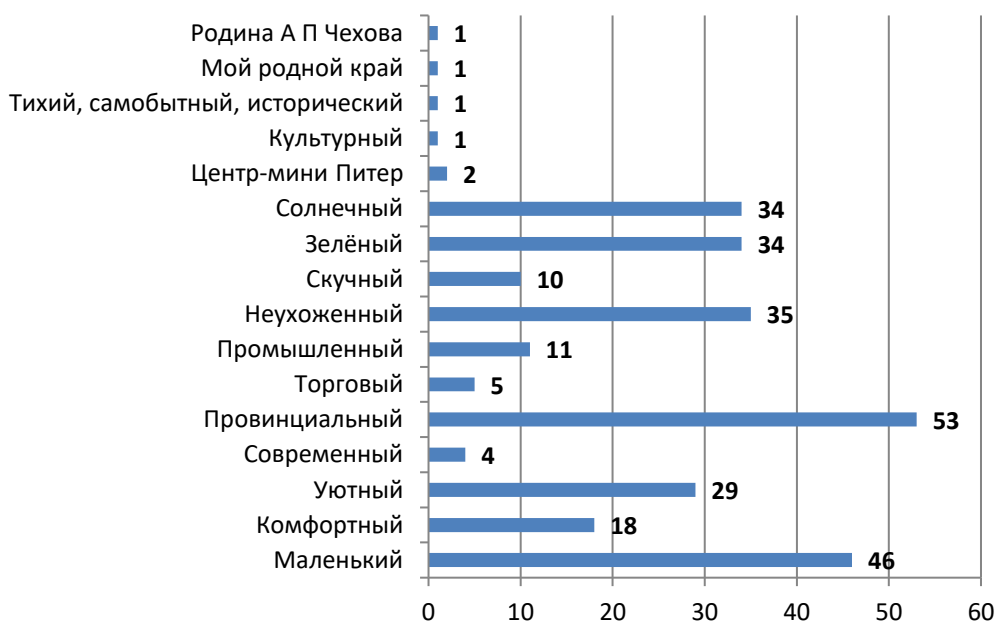


Рис. 3 – Анализ ассоциативного ряда респондентов, связанного с г. Таганрогом

Примечание: составлено авторами по данным по данным опроса

Ключевым вопросом данного исследования был вопрос о том, чем знаменит и чем запомнился г. Таганрог тем, кто в нем побывал. Для большинства гостей город запомнился как провинциальный (53чел.), маленький (46 чел.), а также солнечный и зеленый (по 34 ответа). Однако встречались и негативные характеристики города как неухоженного (35 ответов).

Ассоциативный ряд, связанный с историческим восприятием города, показал, что туристы воспринимают Таганрог как город со старинной архитектурой – 65% опрошенных, как купеческий центр – 44% респондентов.

Основные ассоциации, связанные со спортивной жизнью г. Таганрога распределились следующим образом: парусный спорт – 72% опрошенных, плавание – 20% респондентов, борьба – 13% опрошенных. Как научный и образовательный центр город ожидаемо ассоциируется как центр изучения творчества А.П. Чехова (67% ответов), студенческий город – 44 %, город развития и продвижения IT-технологий – 21 % ответов, что также ожидаемо, т.к. в городе находятся два крупных вуза – Южный федеральный университет (бывший государственный радиотехнический университет) и Таганрогский институт имени А.П. Чехова (бывший государственный педагогический институт). Таким образом, респонденты проявили знание основных интересных с туристской точки зрения достопримечательностей города, хотя основным по-прежнему является историческое и культурное прошлое (рис. 4).

Чему, по Вашему мнению, г. Таганрог обязан своей туристической привлекательностью?

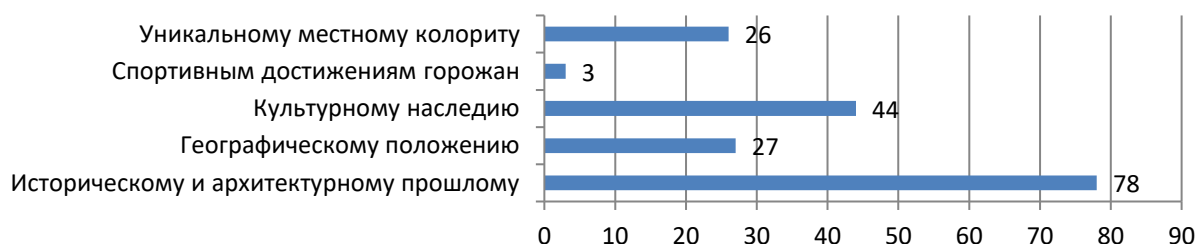


Рис. 4 – Оценка респондентами туристической привлекательности г. Таганрога

Примечание: составлено авторами по данным по данным опроса

Важным вопросом в исследовании являлся вопрос о сильных и слабых сторонах г. Таганрога в разрезе туризма. Среди наиболее привлекательных элементов инфраструктуры города с точки зрения туристов были выделены: дешевые и обильные рынки города (отметили 60% опрошенных), наличие парков (51% респондентов), предприятий общественного питания (31% респондентов), пляжей (29 % туристов), (рис. 5).

Что касается слабых сторон инфраструктуры г. Таганрога в разрезе туризма, то здесь опрошенные, отметив ранее неухоженность города, выделили прежде всего отсутствие туалетов 55% респондентов, мало мест для отдыха на улицах города – 52%, недостаток урн для мусора – 42%, низкую комфортабельность городских пляжей (29%) и парков (8%), неразвитую транспортную сеть города – 20% (рис.6).

Пожалуйста, отметьте наиболее привлекательные элементы инфраструктуры г. Таганрога

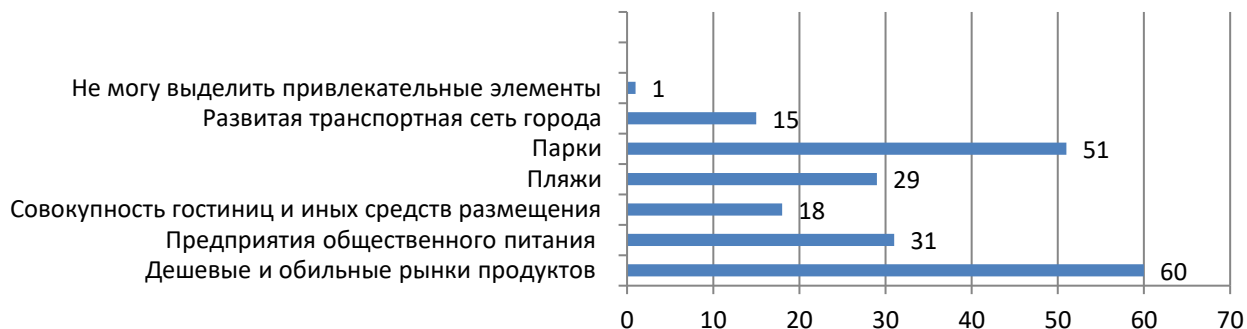


Рис.5 – Оценка респондентами наиболее привлекательных элементов инфраструктуры г. Таганрога

Примечание: составлено авторами по данным по данным опроса

Что касается слабых сторон инфраструктуры г. Таганрога в разрезе туризма, то здесь опрошенные, отметив ранее неухоженность города, выделили прежде всего отсутствие туалетов 55% респондентов, мало мест для отдыха на улицах города – 52%, недостаток урн для мусора – 42%, низкую комфортабельность городских пляжей (29%) и парков (8%), неразвитую транспортную сеть города – 20%.

Пожалуйста, отметьте, наиболее НЕ привлекательные элементы инфраструктуры г. Таганрога



Рис.6 – Оценка респондентами непривлекательных элементов инфраструктуры г. Таганрога

Примечание: составлено авторами по данным по данным опроса

Тем не менее, 92% опрошенных считают, что город обладает туристической привлекательностью, хотя 75 % респондентов признают, что она нуждается в развитии, и 76% респондентов хотели бы приехать в г. Таганрог снова в качестве туристов (рис.7).

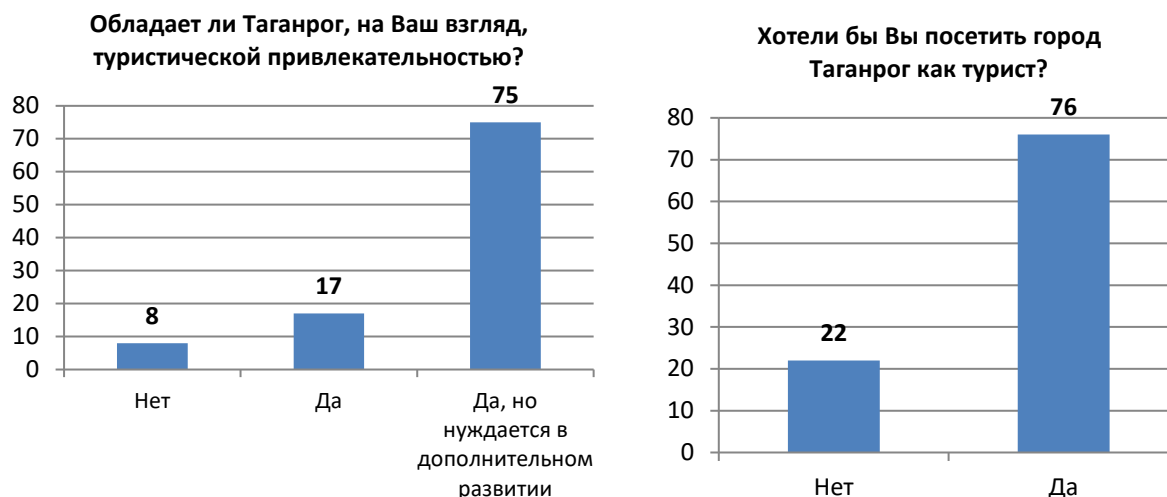


Рис.7 – Итоговая оценка респондентов по туристической привлекательности г. Таганрога

Примечание: составлено авторами по данным по данным опроса

На основе проведенного анализа можно сделать следующие выводы о потребительских предпочтениях посетителей города:

- у большинства опрошенных сформировалось мнение о городе как о провинциальном городке, связанном с именем А. П. Чехова, сохранившему старинный колорит, где можно совершить прогулку, что предполагает краткосрочный отдых;

- пляжный туризм также не очень популярен у жителей региона в связи с низкой комфортабельностью пляжей города.

В настоящее время Таганрогу присущи многие проблемы, характерные для многих небольших городов страны:

- прогрессирующий дефицит бюджета;
- низкая конкурентоспособность реального сектора экономики, высокая доля убыточных предприятий;
- сложная демографическая ситуация,
- отток работоспособного населения и молодежи, связанный с низким уровнем жизни населения;
- дефицит квалифицированных кадров, определяющий низкое качество предоставляемых услуг, в том числе социальных;
- низкий уровень обеспеченности объектами инженерной и социальной инфраструктуры [1].

В этой связи получение и развитие конкурентных преимуществ на региональном рынке туризма является важным элементом на пути ликвидации обозначенных проблем города и перспектив его дальнейшего развития. Достигнуто это может быть не только за счет привлечения инвестиций в этот сектор экономики города, но также и за счет, постоянного мониторинга и маркетингового анализа потребительских предпочтений и определения возможностей достаточно полного и своевременного их удовлетворения. В настоящее время информационно-рекламная активность г. Таганрога как туристического направления крайне вялая, из-за чего даже жители области не всегда могут дать четкую характеристику Таганрогу. Однако они осведомлены о ряде недостатков города, которые требуют устранения, главные из них – неразвитость инфраструктуры города для туристов, неухоженный вид улиц, а также плохо обустроенные пляжи.

Туристские потребности и их предельно возможное удовлетворение, должно достигаться одновременно с увеличением объемов извлекаемой прибыли, достигаемое за счет повышения качества услуг, регулирования цен и расширения номенклатуры [6]. Здоровье людей, его улучшение, а так же повышение культурно-познавательного уровня и восстановление трудоспособности, являются не менее важными элементами, чем увеличение количества рабочих мест рассматриваемой территории, благодаря тому, что на его территории работают туристские и рекреационные учреждения [7]. При должной рекламной поддержке и развитии инфраструктуры для отдыха можно в перспективе рассчитывать на значительное увеличение турпотока из Ростова-на-Дону и других городов региона, поскольку сильных имиджевых препятствий не наблюдается.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что туризм в г. Таганроге является достаточно привлекательным и востребованным направлением в области внутреннего туризма, обладающим значительным потенциалом и достаточными конкурентными преимуществами по сравнению с другими городами РФ. Однако для дальнейшего развития требуется соответствующая инвестиционная программа и популяризация имеющихся «туристических активностей» [9]. Респонденты не относятся к городу как к курорту, однако все предпосылки для развития этого направления существуют: солнечный, южный, уютный приморский город, так видят его туристы согласно проведенного опроса. В перспективе у города есть все шансы стать курортным, так как с целью модернизировать Таганрог и сделать современный туристский центр с развитой инфраструктурой к 2030 году из федерального бюджета РФ планируют выделить около 70 млрд рублей [10].

Как показал анализ опроса туристов привлекают города с хорошими дорогами, развитой транспортной системой, высоким качеством гостиничного сервиса и питания. В настоящее время все показатели, как отметили, респонденты не удовлетворительны. Оценка респондентами уровня благоустройства Таганрога в местах отдыха туристов совершенно низка.

Следует провести преобразования во всех перечисленных направлениях. Начало этому уже положено. К 360-летию Петра I, основателя города (в 2022 г.) будет осуществлено финансирование сразу нескольких проектов: ремонт фасадов исторических зданий (более двухсот), капитальный ремонт дорог, развитие транспортной системы города [11]. Безусловно, все это в значительной мере повысит привлекательность г. Таганрога как туристического центра.

В ходе исследования была составлена матрица SWOT-анализа развития туризма в г. Таганроге (табл.1). Оценка пересечения полей «сильные стороны» – «возможности» позволила выявить сильные стороны, которые могут быть использованы для реализации возможностей:

- использование туристско-рекреационного потенциала г. Таганрога для формирования современной системы туризма на основе развития культурно-познавательного, морского, событийного туризма, ориентированного на круглогодичное привлечение туристов;
- использование дополнительных видов туризма (например, гастрономического, спортивного) для привлечения дополнительных отдыхающих;
- формирование пакетов туристских услуг, объединяющих несколько видов туризма (например, культурно-познавательный и гастрономический, морской и спортивный);
- привлечение государственных, частных инвестиций в развитие туризма территории, на основе разработки концепции развития туризма г. Таганрога;

Таблица 1 – Матрица SWOT-анализа развития туризма в г. Таганроге

<p>Сильные стороны для развития туризма:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие значительного количества ресурсов для развития различных видов туризма: • старинная архитектура центра города, большое историко-культурное наследие – культурно-познавательный, паломнический, образовательный, событийный туризм; • Азовское море, пляжи, парки – морской, лечебно-оздоровительный, спортивный туризм; • развитая инфраструктура питания, дешевые продукты – гастрономический туризм; - близость к областному центру – транспортному ж/д узлу и аэропорту; - заинтересованность населения территории в развитии въездного и внутреннего туризма, проявляющаяся в доброжелательности, желании создавать и развивать предприятия общественного питания и гостеприимства. 	<p>Слабые стороны для развития туризма:</p> <ul style="list-style-type: none"> - неразвитость инфраструктуры, в т. ч. неухоженность мест отдыха и города в целом; - малое количество и несоответствие санитарным нормам мест общественного пользования; - неразвитая транспортная сеть города; - короткий сезон морского отдыха; - недостаточная информационная база, содержащая субъекты туристской деятельности; - нехватка номерного фонда в гостиницах.
<p>Возможности для развития туризма:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рост экономического потенциала города за счет развития рынка услуг; - развитие разнообразных видов туризма, в т. ч. за счет их сочетания, позволяющих привлекать гостей в течение круглого года; - привлечение инвестиций из федерального и регионального бюджетов для развития туристской инфраструктуры; - повышение привлекательности г. Таганрога на основе стабильной тенденции реализации маркетинговой политики территории; - наличие международных связей 	<p>Угрозы для развития туризма:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прогрессирующий дефицит бюджета; - низкая конкурентоспособность реального сектора экономики, высокая доля убыточных предприятий; - сложная демографическая ситуация в городе; - отток работоспособного населения и молодежи, связанный с низким уровнем жизни населения; - дефицит квалифицированных кадров, определяющий низкое качество предоставляемых услуг, в т. ч. социальных; - низкий уровень обеспеченности объектами инженерной и социальной инфраструктуры.

Примечание: составлено авторами по полученным в ходе исследования данным

- формирование современной инфраструктуры туризма на основе привлечения государственных и частных инвестиций для увеличения турпотока территории;
- привлечение иностранных туристов в г. Таганрог за счет повышения качества услуг.

На пересечении полей «слабые стороны» – «возможности» были выявлены возможности компенсации слабых сторон:

- увеличение отчислений из муниципального бюджета как на благоустройство городской среды, так и на развитие современной индустрии гостеприимства территории;
- сглаживание фактора сезонности за счет продвижения дополнительных турпродуктов;
- продвижение бренда города и его достопримечательностей посредством использования современных информационных технологий (интернет и пр.).

На пересечении полей «сильные стороны» – «угрозы» приведены сильные стороны, которые необходимо сохранять для предотвращения угроз:

- сохранение туристско-рекреационного потенциала территории;
- увеличение потока туристов за счет развития внутренней системы регионального туризма и привлечения местных жителей к работе в сфере услуг;
- подготовка квалифицированных кадров для работы в индустрии туризма и гостеприимства в сфере высшего образования и СПО, создание волонтерских курсов для сопровождения туристических групп;
- укрепление и модернизация объектов инженерной и социальной инфраструктуры.

На пересечении полей «слабые стороны» – «угрозы» определены направления деятельности необходимые для предотвращения кризисных явлений, связанных с совпадением слабых сторон в условиях действия угроз:

- формирование активной туристской политики в регионе за счет разработки законодательной базы, финансовой поддержки г. Таганрога как туристского центра;
- развитие внутреннего туризма территории с целью увеличения доходов от туризма, в том числе и за счет косвенного эффекта;
- разработка системы мониторинга состояния и развития туризма г. Таганрога со стороны Администрации города.

Заключение

В ходе исследования была проведена оценка потребительских предпочтений туристов города Таганрога, с использованием метода опроса. На основе полученных данных были выявлены критерии туристской привлекательности г. Таганрога и сформирована матрица SWOT-анализа развития туризма, позволившая определить основные направления развития туризма территории путем оценки пересечения полей «сильные стороны» – «возможности», «слабые стороны» – «возможности», «сильные стороны» – «угрозы», «слабые стороны» – «угрозы». Туристские потребности и их предельно возможное удовлетворение, должны достигаться одновременно с увеличением объемов извлекаемой прибыли, достигаемой за счет повышения качества услуг, регулирования цен и расширения номенклатуры [5]. Здоровье людей, его улучшение, а также повышение культурно-познавательного уровня и восстановление трудоспособности, являются не менее важными элементами, чем увеличение количества рабочих мест рассматриваемого региона, благодаря тому, что на его территории работают туристские и рекреационные учреждения [4].

Высокая степень конкуренции зачастую сопровождает предпринимательскую деятельность в туристической сфере. Поскольку конкуренция является крайне чувствительным индикатором активности фирмы, большое количество маркетинговых характеристик определяются ею [8]. Получение и развитие конкурентных преимуществ на региональном рынке туризма достигается в том числе и за счет, постоянного мониторинга и маркетингового анализа потребительских предпочтений и определения возможностей достаточно полного и своевременного удовлетворения.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Грищенко, О. В. Проблемы малых городов в контексте развития социального предпринимательства / О. В. Грищенко, Л. Н. Майорова // Социальное предпринимательство и некоммерческие организации: современное состояние, проблемы и перспективы развития в меняющемся мире. Монография. Москва, 2020. С. 407-416.
2. Дзахмишева, И.Ш. Потребители как маркетинговый инструмент развития туристской деятельности / И.Ш. Дзахмишева // Вестник ВГУИТ. – 2020. – Т.82., №3. – С.296-301.
3. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебное пособие / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз – М.: ЮНИТИ, 2009 -787 с.
4. Розанова, Т.П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма / Т.П. Розанова. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 324 с.
5. Стаханов, Д. В. Экономический рост: факторы и механизмы устойчивого развития / Д. В. Стаханов, С. С. Федорцова под общ. ред. Г.Ю. Гуляева - Пенза: МЦНС «Наука и просвещение». - 2017. С.22-32.
6. Туризм и гостиничное хозяйство: учебное пособие / под ред. А.Д. Чудновского. - М.: ЭКМОС, 2009. - 247 с.
7. Дусенко С.В. Качество услуг в туризме и гостиничном бизнесе / С.В. Дусенко // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы. Сборник трудов XI международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 193-195.
8. Топольник, В.Г. Основные процессы первого руководителя по управлению качеством гостиничных услуг / В.Г. Топольник, Л.В. Крылова // SCIENTETIME. – 2017. – № 2 (38). – С. 334-343.
9. Официальный сайт Федерального агентства по туризму. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.russia-tourism.ru> (дата обращения 10.06.2021).
10. Hoteiler NEWS - Гостиничные новости, все о гостеприимстве. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hoteilernews.ru> (дата обращения 09.06.2021).
11. Hotel. report-журнал Современный отель. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hotel.report.ru> (дата обращения 10.04.2021).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Grishchenko, O. V. Problemy malyykh gorodov v kontekste razvitiya social'nogo predprinimatel'stva [Problems of small towns in the context of the development of social entrepreneurship] / O. V. Grishchenko, L. N. Mayorova // Social'noe predprinimatel'stvo i nekommercheskie organizacii: sovremennoe sostojanie, problemy i perspektivy razvitiya v menjajushhemsja mire. Monografiya [In the collection: Social entrepreneurship and non-profit organizations: the current state, problems and prospects of development in a changing world. A Monograph]. Moscow, 2020, pp. 407-416 [in Russian]

2. Dzakhmisheva, I. Sh. Potrebiteli kak marketingovyy instrument razvitiya turistskoy dejatel'nosti [Consumers as a marketing tool for the development of tourism activities] / I. Sh. Dzakhmisheva // Vestnik VGUIT [Bulletin of VSUET]. - 2020. - Vol. 82., No. 3– pp. 296-301 [in Russian]
3. Kotler, F. Marketing. Gostepriimstvo i turizm: uchebnoe posobie [Marketing. Hospitality and tourism: a study guide] / F. Kotler, Bowen J., Makens J.-M.: Yuniti, 2009 -787 p. [in Russian]
4. Rozanova, T. P. Marketing uslug gostepriimstva i turizma [Marketing of hospitality and tourism services] / T. P. Rozanova. - Moscow: Dashkov i Ko., 2011. - 324 p. [in Russian]
5. Stakhanov, D. V. Ehkonomicheskij rost: faktory i mekhanizmy ustojchivogo razvitiya [Economic growth: factors and mechanisms of sustainable development] / D. V. Stakhanov, S. S. Fedortsova. Edited by G. Yu. Gulyaeva-Penza: MCNS «Nauka i prosveshchenie». - 2017, pp. 22-32 [in Russian]
6. Turizm i gostinichnoe khozjajstvo: uchebnoe posobie [Tourism and hotel management: a textbook]. edited by A. D. Chudnovsky. - Moscow: EK MOS, 2009. - 247 p. [in Russian]
7. Dusenkov, S. V. Kachestvo uslug v turizme i gostinichnom biznese [Quality of services in tourism and hotel business] / S. V. Dusenkov // Ustojchivoe razvitiye ehkonomiki: sostojanie, problemy, perspektivy. Sbornik trudov XI mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii [Sustainable economic development: state, problems, prospects. Proceedings of the XI International Scientific and Practical Conference]. - 2017. - pp. 193-195 [in Russian]
8. Topolnik, V. G. Osnovnye processy pervogo rukovoditelja po upravleniju kachestvom gostinichnykh uslug [The main processes of the first head of quality management of hotel services] / V. G. Topolnik, L. V. Krylova / SCIENTETIME. – 2017. – № 2 (38). – pp. 334-343 [in Russian]
9. Official website of the Federal Agency for Tourism. [Electronic resource]. URL: <http://www.russia-tourism.ru> (accessed 10.06.2021) [in Russian]
10. Hoteiler NEWS - Hotel news, everything about hospitality. [Electronic resource]. URL: <http://www.hoteilernews.ru> (accessed: 09.06.2021) [in Russian]
11. Hotel. report-Modern Hotel magazine. [Electronic resource]. URL: <http://www.hotel.report.ru> (accessed on 10.04.2021) [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.141>

О КОРРЕКТИРОВКЕ ПРИОРИТЕТОВ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ АНТИКОВИДНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Научная статья

Хайбуллин Л.Р.*

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия

* Корреспондирующий автор (linxai10[at]yandex.ru)

Аннотация

В статье рассмотрен функционально-отраслевой подход к формированию системы стратегических приоритетов социально-экономического развития региона. Обоснована его универсальность в условиях возникновения непредвиденных неблагоприятных внешних факторов, на примере введенных в 2020 году ограничений, направленных на предотвращение распространения новой коронавирусной инфекции. Предложены подприоритеты первого и второго уровней на примере функционального приоритета «Цифровизация» (на примере Ростовской области). Представлена схема корректировки мероприятий госпрограмм в рамках установленного функционально-отраслевого приоритета, позволяющая обеспечить реализацию приоритета в условиях влияния нового неблагоприятного фактора.

Ключевые слова: регион, социально-экономическое развитие, стратегические приоритеты, функционально-отраслевой подход.

ON ADJUSTING THE PRIORITIES OF THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF A REGION IN THE CONTEXT OF COVID RESTRICTIONS

Research article

Khaybullin L.R.*

Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia

* Corresponding author (linxai10[at]yandex.ru)

Abstract

The article examines a functional and sectoral approach to the formation of a system of strategic priorities for the socio-economic development of a region. Its universality is justified in the context of unforeseen adverse external factors, using the restrictions introduced in 2020 aimed at preventing the spread of the new coronavirus infection as an example. The sub-priorities of the first and second levels are based on the functional priority "Digitalization" (based on the Rostov region). The article presents a scheme of adjusting the measures of state programs within the established functional and sectoral priority, which allows for ensuring the implementation of the priority under the influence of a new unfavorable factor.

Keywords: region, socio-economic development, strategic priorities, functional and sectoral approach.

Введение

Прошедший 2020 год был непростым для всех, в том числе, стал испытанием для экономической политики, реализуемой в России и регионах. Документы стратегического планирования в условиях последствий, связанных с антиковидными ограничениями, потребовали корректировки с точки зрения учета данных последствий и выработки дополнительных мер, направленных на их нейтрализацию.

В настоящее время в практике стратегического планирования в российских регионах используется преимущественно отраслевой подход, или смешанный, построенный на прямом выделении приоритетов исходя из функционала органов власти. Данный подход имеет ряд преимуществ, состоящих в достаточно простой легкости привлечения всех органов власти к разработке стратегии и ее реализации, а также привычности для всех исполнителей.

Однако, у него есть ряд особенностей, приводящих к сложностям при выделении ограниченного (небольшого, порядка 4-6) набора приоритетов, а также требующих регулярной корректировки стратегии, в том числе, при возникновении непредвиденных неблагоприятных факторов.

В то же время, именно ограниченное количество приоритетов и их «плавающий» характер являются основными существенными характеристиками стратегического планирования.

«Объективно выделение приоритетных направлений социально-экономического развития региона (как и страны в целом) обусловлено ограниченностью имеющихся ресурсов как бюджетных, так и частного сектора. Это требует их целенаправленной аккумуляции на относительно небольшом количестве «точек роста» региональной экономики, которые могли бы дать максимальную отдачу за счет реализации мультипликативных эффектов» [1, С. 124]. В случае, когда приоритетов становится слишком много, принцип концентрации ресурсов перестает работать, что приводит к распылению ограниченных ресурсов и снижает эффект от реализуемых мер.

«Выбор приоритетов также имеет важное значение с точки зрения необходимости гибкого реагирования и настройки системы стратегического управления в зависимости от изменяющихся условий внешней среды и целей управления верхнего уровня» [1, С. 124]. Гибкость реагирования достигается в стратегическом планировании за счет сочетания небольшого набора «движущихся» приоритетных направлений развития, имеющих долгосрочный стратегический характер, с жестко зафиксированными по срокам и финансированию среднесрочными государственными программами. Это позволяет на каждом этапе реализации принятой стратегии не корректировать ее полностью (особенно в случае возникновения непредвиденных ранее факторов и угроз), а изменять мероприятия, предусмотренные в госпрограммах, с целью обеспечения достижения поставленных в стратегии целей, включая изменения в финансировании тех или иных мероприятий. В результате можно оставлять сами долгосрочные цели

стратегии без изменений и таким образом достигать поставленных долгосрочных целей развития региона в различных меняющихся внешних условиях.

Особенно наглядной актуальность такого «плавающего», «движущегося» принципа становится в условиях ограничений, связанных с необходимостью предотвращения распространения коронавирусной инфекции.

В качестве альтернативы отраслевому подходу в статье рассматривается функционально-отраслевой подход, позволяющий избежать вышеперечисленные недостатки первого. С использованием функционально-отраслевого подхода будет представлен авторский вариант набора приоритетов развития региона.

С учетом того, что в этом году возникает необходимость корректировки стратегий развития регионов, в частности, в Ростовской области, на примере одного из приоритетов будет показана возможность установления «плавающего» приоритета и схема корректировки мероприятий госпрограмм, позволяющая обеспечить реализацию приоритета в условиях влияния нового неблагоприятного фактора – коронавирусной инфекции.

Методы и принципы исследования.

Для изучения поставленной проблемы в статье используются общенаучные методы исследования, такие как наблюдение и абстрагирование, дедукция и индукция, обобщение, логический, сравнительный, экономический анализ, методы графической и табличной визуализации данных, группировки данных, нормативный и системный методы, обобщение фактического и теоретического материала и др.

Теоретические исследования базируются на принципах воспроизводственного подхода к управлению развитием региональных социально-экономических систем, а также концепции устойчивого развития как основополагающей при обосновании стратегических приоритетов социально-экономического развития в российских регионах на современном этапе.

Общей методологической основой выступает системный подход как базовый принцип исследования социально-экономических систем различного уровня, в том числе, региональных.

Основные результаты.

Принцип приоритетности в социально-экономическом развитии общества активно используется практически во всех странах мира, в том числе, в высокоразвитых. Тактические и стратегические приоритеты определяются в ходе организации и управления экономическими системами всех уровней [2, С. 68].

Следует отметить, что в науке и практике не существует однозначного подхода к процессам формирования и реализации приоритетов развития. Так, Дж. Стиглиц писал: «По поводу приоритетов между экономистами существует не большее единство взглядов, чем между философами» [3, С. 28].

Принцип выделения приоритетов в зарубежных системах стратегического управления социально-экономическим развитием был введен с целью обеспечения большей гибкости реализуемой политики. Повышение гибкости обусловлено тем, что в отличие от достаточно жестких планов, где все проекты жестко фиксированы, приоритеты обеспечивают так называемую «движущуюся цель» [4].

Это достигается тем, что в долгосрочном стратегическом периоде (в стратегии) определяются только общие направления, к которым хочет стремиться сообщество. Жесткие же проекты, конкретизированные в программах, с обязательствами сторон по софинансированию и выполнению других взятых на себя функций, определяются только на среднесрочный период (программы социально-экономического развития субъектов РФ). Среднесрочные программы, имеющие более жесткие условия реализации, корректируются каждые три-четыре года, тогда как стратегические приоритеты остаются прежними. В случае изменения внешних и внутренних условий могут быть скорректированы конкретные проекты, критерии их отбора, с целью их большего воздействия на достижение выделенных приоритетов.

Именно через сочетание «нежестких» приоритетов в долгосрочном периоде и «жестких» наборов проектов (программ) в среднесрочных периодах достигается более высокая гибкость реализуемой политики, которая может «успевать» реагировать на изменения условий развития территорий.

Автором в ряде статей уже описывался предлагаемый функционально-отраслевой подход, позволяющий использовать преимущества действующего в российской практике отраслевого подхода и распространенного в европейской практике так называемого функционального (горизонтального) подхода [1], [5], [9], [10].

В частности, функциональный (горизонтальный) подход предполагает выделение 4-6 функциональных (горизонтальных) приоритетов, под которыми понимаются достаточно широкие категории (повышение конкурентоспособности малых и средних предприятий; привлечение внешних прямых инвестиций; увеличение экспорта; создание инфраструктуры для развития бизнеса и т.д.). Как видно, это категории, которые имеют межотраслевой (горизонтальный) характер, что позволяет в случае их реализации обеспечить благоприятные условия для развития предприятий и организаций не одной отрасли, а многих или всех отраслей, представленных в экономике региона. Главное, чтобы проекты, реализуемые в рамках отобранных приоритетов, соответствовали общим критериям их отбора. Тогда любое эффективное предприятие, независимо от его отраслевой принадлежности, может иметь возможность для более успешного развития, повышения своей конкурентоспособности [7].

По такому функциональному принципу создаются программы экономического развития в большинстве развитых стран Европейского Союза. Анализ систем приоритетов, полученных с применением функционального подхода, позволяет, на наш взгляд, сформировать более гибкую систему, чем с использованием только отраслевых приоритетов [7].

В то же время, использование функционального подхода при формировании приоритетов социально-экономического развития региона в российских условиях не означает полного отказа от решения отраслевых или территориальных задач региона. Отраслевые и территориальные проблемы могут быть отражены в подприоритетах первого и второго уровней, сформированных в рамках небольшого количества общих приоритетов. Тогда проблемы

развития, например, отраслей будут конкретизированы под конкретный приоритет, что и обеспечит аккумуляцию бюджетных ресурсов на достижении наиболее значимых проблем региона [5].

В связи с этим предлагается следующее схематичное описание такой сбалансированной системы приоритетов (рис.1).

Предлагаемая система приоритетов позволяет достаточно прозрачно описать реализацию каждого из функциональных приоритетов в координатах «отрасль» - «территория» и выстроить систему целевых индикаторов для отраслевых и муниципальных органов власти исходя из направленности общего приоритета первого уровня. При этом каждый функциональный (горизонтальный) приоритет, имеющий межотраслевой характер, в том или ином регионе будет раскрыт через конкретный набор отраслевых подприоритетов первого уровня и территориальных подприоритетов второго уровня [5].

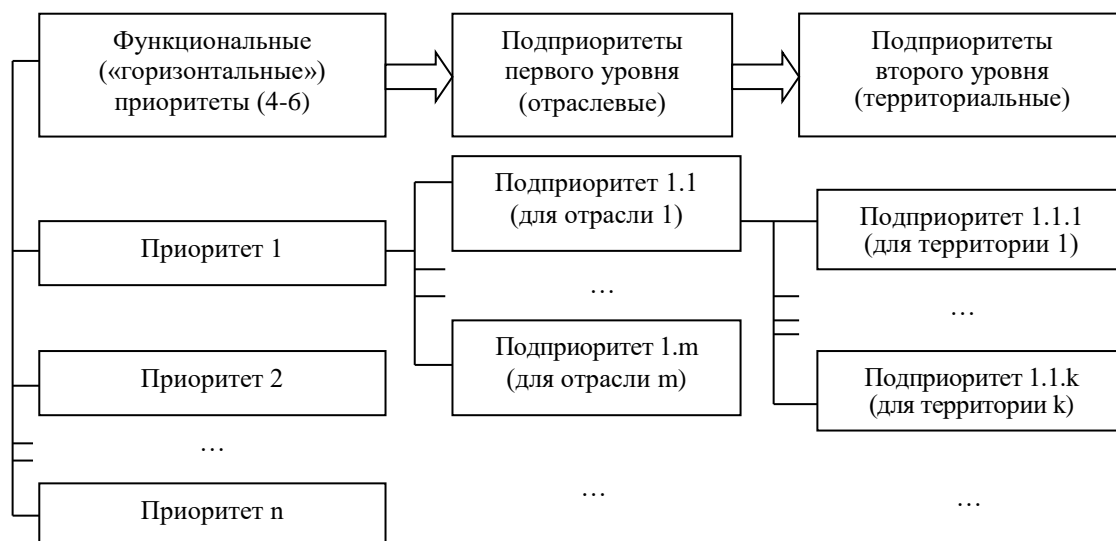


Рис. 1 – Взаимосвязь функциональных (горизонтальных) приоритетов и подприоритетов первого и второго уровней в системе приоритетов социально-экономического развития региона [5]

В качестве «горизонтальных» приоритетов могут быть отобраны проблемы, которые в рамках отраслевого анализа развития региона встречаются многократно в различных отраслевых сегментах. Так, например, в Стратегии социально-экономического развития Ростовской области до 2030 года [10] во многих разделах анализа состояния отраслей и формирования задач их развития встречается цифровизация; экологизация и модернизация, энергоэффективность; развитие экспортоориентированных производств; инноваций; кадровые проблемы и т.д.

В целом для Ростовской области можно было бы рассматривать следующий набор «функциональных» (горизонтальных) приоритетов (рис.2).

В предлагаемом наборе функциональных приоритетов отсутствует приоритет «привлечение инвестиций», так как собственно данная задача всегда актуальна для любого региона. В то же время именно набора таких функциональных приоритетов будет определять и приоритеты собственно инвестиционной политики и ее инструменты, так как каждый из указанных на рис. 2 приоритетов будет требовать корректировки соответственного инвестиционного инструментария – предоставления налоговых льгот и других видов поддержки инвесторам, реализующим проекты в приоритетных сферах. Можно также сказать, что привлечение инвестиций – это не цель, а средство для достижения цели, а именно, реализации приоритетов развития.

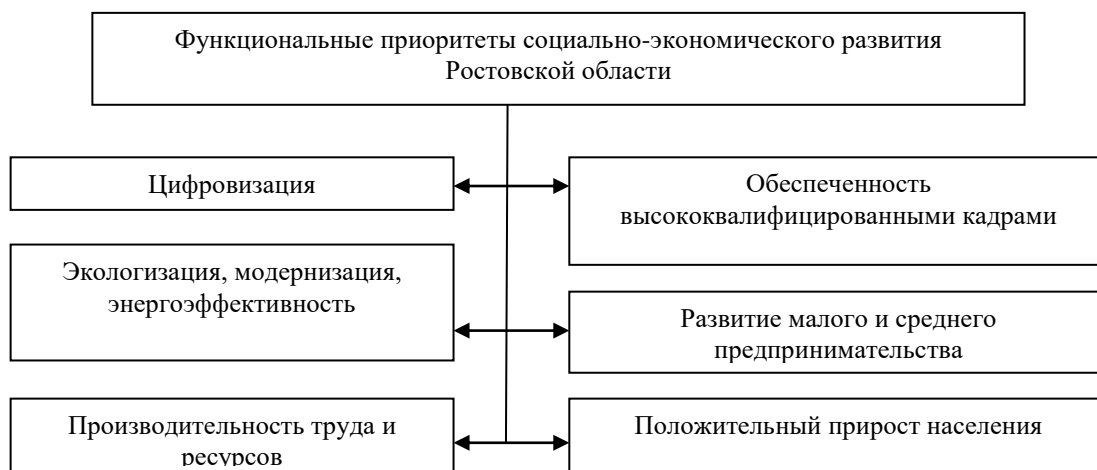


Рис. 2 – Функциональные (горизонтальные) приоритеты социально-экономического развития региона (на примере Ростовской области)

Примечание: составлено автором

Предложенная схема также не является однозначной и окончательной, так как возможны альтернативы ряду приоритетов за счет включения в их число таких, как развитие экспортоориентированных и импортозамещающих предприятий, снижение уровня бедного населения, увеличение продолжительности жизни и др. В то же время некоторые из них могут быть учтены в качестве подприоритета одного из уже выделенных приоритетов. Например, развитие экспортоориентированных и импортозамещающих предприятий может рассматриваться как один из подприоритетов таких приоритетов как «экологизация, модернизация, энергоэффективность» и «развитие малого и среднего предпринимательства».

Также мы объединили экологизацию, модернизацию и энергоэффективность в один приоритет, так как по сути все экологически чистые технологии являются энергоэффективными, а любая модернизация на современном этапе осуществляется с учетом необходимости снижения затрат ресурсов, в том числе, энергетических. В связи с чем данные задачи близки по сути и требуют однородных инструментов достижения.

Тем не менее, следует отметить, что для формирования окончательного ограниченного набора функциональных приоритетов (4-6 как говорилось ранее) общественности и бизнесу можно было бы предложить их расширенный набор, с объяснениями о необходимости сужения их общего количества. После проведения массовых опросов и голосований по их результатам может быть получен итоговый набор понятных и принятых большинством общественности скорректированный набор функциональных приоритетов, над которыми на следующих этапах разработки стратегии будет вестись работа по их дополнению подприоритетами первого и второго уровней.

Каждый из представленных приоритетов является многогранной и многоаспектной задачей. Поэтому можно не опасаться, что при их реализации останутся не охваченными те или иные отрасли или территории, что приведет к тому, что какие-то органы власти «останутся без дела».

Например, приоритет «положительный прирост населения» потребует комплекса мер во всех отраслях социальной сферы – здравоохранении, социальном обслуживании и поддержке, образовании, культуре, спорте и др., так как может быть обеспечена как за счет увеличения естественного прироста населения (а здесь и развитие здравоохранения с целом, и снижение смертности, и увеличение рождаемости, увеличение продолжительности жизни, качественное питание и здоровый образ жизни, охрана детства и материнства, поддержка лиц с ограниченными возможностями, пожилых и пенсионеров, поддержка семей с детьми, выплаты алиментов и т.д. – т.е. целый комплекс мер, реализуемых всеми органами власти социальной сферы), так и миграционного прироста. Последний в свою очередь – это тоже весьма многогранный набор мер: и создание условий для мигрантов, и привлекательность региона для жизни, и городская среда, и места работы и т.д.

Можно предложить следующий пример распределения одного из функциональных приоритетов «цифровизация» по подприоритетам первого и второго уровней (табл. 1).

Таблица 1 – Система подприоритетов первого и второго уровней для приоритета «цифровизация»

Приоритет	Подприоритеты первого уровня (отраслевые)	Подприоритеты второго уровня (территориальные)
Цифровизация	Цифровизация государственных услуг	Обеспечение равного доступа к государственным услугам установленного качества во всех муниципалитетах региона
	Цифровизация услуг учреждений социальной сферы (здравоохранения, образования, культуры, спорта и др.)	Цифровизация услуг учреждений социальной сферы, расположенных на конкретных территориях (здравоохранения, образования, культуры, спорта и др.). Определение приоритетов для каждого муниципалитета в зависимости от текущего и желаемого состояния
	Цифровизация отраслей производственного сектора	Привлечение муниципалитетов к реализации мероприятий по цифровизации местного производства
	Цифровизация инфраструктуры	Полное покрытие территории региона доступом к высокоскоростному интернету и др.
	Цифровизация деятельности органов власти	Обеспечение местных органов власти качественным доступом к интернету, современным оборудованием и др.

Примечание: составлено автором

Таким образом, каждый из функциональных приоритетов может быть развернут в систему подприоритетов первого и второго уровней, что в совокупности может быть представлено как дерево приоритетов. Безусловно, что подприоритеты первого и второго уровней должны прорабатываться с отраслевыми и местными органами власти, а подприоритеты второго уровня – и с местными сообществами, а также представителями соответствующих организаций и бизнеса.

Заключение

Представленный в статье подход к формированию системы приоритетов социально-экономического региона позволяет относительно легко корректировать стратегию в случае возникновения непредвиденных внешних факторов, не изменяя сам приоритет. Так, в случае цифровизации при возникновении такого фактора как коронавирусная инфекция, потребовались бы только корректировки жестко увязанных по финансированию государственных программ с точки зрения выделения больших ресурсов на цифровизацию здравоохранения, образования,

государственных органов власти и др. Изменились бы объемы финансирования и сроки выполнения тех или иных мероприятий, но не сам приоритет.

Аналогичная ситуация и с другими приоритетами. Например, приоритет «положительный прирост населения» потребовал увеличения расходов на медицину, переориентацию предприятий на производство лекарственных препаратов и т.д. При этом цель осталась прежняя, а средства ее достижения (заложенные в госпрограммах), корректировались.

Именно такое сочетание «нежестких» приоритетов и «жестких» наборов проектов (программ) позволит обеспечить гибкость реализуемых в регионе мер, направленных на его устойчивое социально-экономическое развитие.

Благодарности

Выражаю благодарность кафедре Экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)» за внимание к изучаемой проблеме и поддержку.

Acknowledgement

I would like to express my gratitude to the Department of the Economy of the Region, Industries and Enterprises of the Rostov State University of Economics for the attention to the problem under study and support.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Шеховцов Р.В. Совершенствование методологии формирования системы стратегических приоритетов социально-экономической политики региона / Р.В. Шеховцов, М.А. Пономарева, Л.Р. Хайбуллин // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). - № 1 (53). - 2016. - С. 124.
2. Государственные приоритеты НТП и механизм их реализации. М.: РАГС, 1994. - С.68.
3. Стиглиц Дж.Ю. Экономика государственного сектора / Дж.Ю. Стиглиц ; Пер. с англ. М.: Изд-во МГУ, 1997. - С.28.
4. Тейлор С. Планирование и программно-целевой подход в региональном экономическом развитии. Европейский опыт / С. Тейлор // Материалы проекта Тасис. Региональная политика, направленная на сокращение социально-экономической и правовой асимметрии. - [Электронный ресурс]. URL: <http://ieie.nsc.ru/~taxis/index.htm>. (дата обращения: 12.06.2021)
5. Хайбуллин Л.Р. К вопросу об определении содержания понятия «система приоритетов социально-экономического развития региона» / Л.Р. Хайбуллин // The scientific heritage. № 59. Vol 4. - 2021. - с. 23-27.
6. Shekhovtsov R.V. Instruments of Investment Attraction in Order to Fulfill the Structural Priorities of Sustainable Regional Development (Study Based on the Rostov Region) / R.V. Shekhovtsov, M.A. Ponomareva, S.G. Yaroshenko et al. // Special Issue dedicated to the International Conference "Russia and EU: Development and Horizons", ERSJ, Vol. XX, Issue 1, 2017. - pp. 337-349
7. Хайбуллин Л.Р. Функциональный подход к определению приоритетов социально-экономического развития региона / Л.Р. Хайбуллин, М.А. Пономарева // Межрегиональная научно-практическая конференция «Современные тенденции развития финансовой системы России. Секция «Актуальные проблемы и направления устойчивого развития российских регионов, отраслей и предприятий». - РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону. - 14 апреля 2016 г.
8. Хайбуллин Л.Р. Система приоритетов социально-экономического развития регионов России: поэтапный анализ и целевые показатели / Л.Р. Хайбуллин, М.А. Пономарева // Вестник РГЭУ РИНХ- 2019 - № 1.
9. Хайбуллин Л.Р. Определение приоритетных направлений социально-экономического развития Ростовской области: основные методические подходы / Л.Р. Хайбуллин // Трансформация финансово-кредитных отношений в условиях финансовой глобализации. Материалы научно-практической интернет-конференции. 20 февраля - 31 марта 2017г. - Ростов-н/Д.
10. Стратегия социально-экономического развития Ростовской области на период до 2030 года // Постановление Правительства Ростовской области от 26.12.2018 № 864. - [Электронный ресурс]. URL: <https://www.donland.ru/activity/2158/>. (дата обращения: 12.06.2021)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Shekhovtsov R. V. Sovershenstvovanie metodologii formirovaniya sistemy strategicheskikh prioritetov social'no-ehkonomicheskoy politiki regiona [Improving the methodology for forming the system of strategic priorities of the socio-economic policy of the region] / R. V. Shekhovtsov, M. A. Ponomareva, L. R. Khaybullin // Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo ehkonomicheskogo universiteta (RINKh) [Bulletin of the Rostov State University of Economics (RINKh)]. - № 1 (53). - 2016. - p. 124 [in Russian]
2. Gosudarstvennye priority NTP i mekhanizm ikh realizatsii [State priorities of STP and the mechanism of their implementation]. Moscow: RAGS, 1994. - p. 68 [in Russian]
3. Stiglitz J. U. Ehkonomika gosudarstvennogo sektora [Public Sector Economics] / J. U. Stiglitz ; Translation from English. Moscow: Publishing House of Moscow State University, 1997. - p. 28 [in Russian]
4. Taylor S. Planirovanie i programmno-celevoy podkhod v regional'nom ehkonomicheskom razvitii. Evropejskiy opyt. Materialy proekta Tasis. «Regional'naja politika, napravlenная na sokrashhenie social'no-ehkonomicheskoy i pravovoy asimmetrii [Planning and program-target approach in regional economic development. European experience. Materials of the Taxis project. "Regional policy aimed at reducing socio-economic and legal asymmetry] / S. Taylor. - [Electronic resource]. URL: <http://ieie.nsc.ru/~taxis/index.htm> (accessed: 12.06.2021) [in Russian]

5. Khaybullin L. R. K voprosu ob opredelenii sodержaniya ponjatija «sistema prioritetov social'no-ehkonomicheskogo razvitija regiona» [On the question of determining the content of the concept "system of priorities of socio-economic development of the region"] / L. R. Khaybullin // The scientific heritage. № 59. Vol 4. – 2021. – pp. 23-27 [in Russian]

6. Shekhovtsov R.V. Instruments of Investment Attraction in Order to Fulfill the Structural Priorities of Sustainable Regional Development (Study Based on the Rostov Region) / R.V. Shekhovtsov, M.A. Ponomareva, S.G. Yaroshenko et al. // Special Issue dedicated to the International Conference “Russia and EU: Development and Horizons”, ERSJ, Vol. XX, Issue 1, 2017. – pp. 337-349

7. Khaybullin L. R. Funkcional'nyjj podkhod k opredeleniju prioritetov social'no-ehkonomicheskogo razvitija regiona [A functional approach to determining the priorities of the socio-economic development of the region] / L. R. Khaybullin, M. A. Ponomareva // Mezhhregional'naja nauchno-prakticheskaja konferencija «Sovremennye tendencii razvitija finansovojj sistemy Rossii. Sekcija «Aktual'nye problemy i napravlenija ustojchivogo razvitija rossijskikh regionov, otraslej i predpriyatijj». – RGEhU (RINKh) [Interregional scientific and practical conference "Modern trends in the development of the financial system of Russia. Section "Issues problems and directions of sustainable development of Russian regions, industries and enterprises"]. - RSEU (RINH), Rostov-on-Don. – April 14, 2016 [in Russian]

8. Khaibullin L. R. Sistema prioritetov social'no-ehkonomicheskogo razvitija regionov Rossii: poehlementnyjj analiz i celevye pokazateli [The system of priorities of socio-economic development of the regions of Russia: element-by-element analysis and target indicators] / L. R. Khaybullin, M. A. Ponomareva // Vestnik RGEhU RINKh [Bulletin of the Russian State Economic University RINH]-2019-No. 1 [in Russian]

9. Khaybullin L. R. Opredelenie prioritetnykh napravlenijj social'no-ehkonomicheskogo razvitija Rostovskojj oblasti: osnovnye metodicheskie podkhody [Definition of priority directions of socio-economic development of the Rostov region: basic methodological approaches] / L. R. Khaybullin // Transformacija finansovo-kreditnykh otnoshenijj v uslovijakh finansovojj globalizacii. Materialy nauchno-prakticheskoi internet-konferencii [Transformation of financial and credit relations in the conditions of financial globalization. Proceedings of the scientific and practical Internet conference]. February 20 - March 31, 2017-Rostov-on-Don [in Russian]

10. Strategija social'no-ehkonomicheskogo razvitija Rostovskojj oblasti na period do 2030 goda [Strategy of socio-economic development of the Rostov region for the period up to 2030] // Postanovlenie Pravitel'stva Rostovskojj oblasti ot 26.12.2018 № 864 [Government Decree Rostov Region No. 864. dated 26.12.2018] . - [Electronic resource]. URL: <https://www.donland.ru/activity/2158/> (accessed: 12.06.2021) [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.142>

ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Научная статья

Юцис А.Э.*

ORCID: 0000-0001-7369-1808,

Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого, Тула, Россия

* Корреспондирующий автор (yutsisalexey[at]yandex.ru)

Аннотация

В условиях глобального экономического кризиса промышленные предприятия вынуждены работать в более жесткой конкуренции. Из-за нестабильности и неопределенности в сферах общественной жизни, организациям необходимо разрабатывать и внедрять стратегию для достижения конкурентного преимущества. Для достижения поставленной цели предприятиям необходимо провести качественный анализ как внутренней, так и внешней сред, обработать и структурировать полученные данные, разработать мероприятия по устранению уязвимых зон организации.

Промышленные предприятия обеспечивают другие отрасли (сегменты) необходимым оборудованием и инструментами, предоставляют рабочие места, служат площадкой для внедрения инновационных технологий. У рабочих появляется необходимость в образовательных программах по повышению квалификации и профессиональной переподготовке, что приводит к развитию профессиональных качеств персонала, повышается роль человеческого капитала.

Развитие экономики напрямую зависит от отрасли промышленности. В условиях нестабильности экономической среды требуется переосмысление стратегического управления предприятиями, обновление исследований в этой области. Из этого следует, что для промышленности необходим эффективный и сбалансированный способ для обеспечения роста экономических показателей не только в настоящем, но и в будущем: стратегия устойчивого развития.

Ключевые слова: стратегия, устойчивость, развитие, инструмент, способ, предприятие, промышленность, экономика, управление, бизнес, цель, стратегический менеджмент.

AN EFFECTIVE METHOD OF STRATEGIC PLANNING AS A FACTOR AFFECTING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

Research article

Yutsis A.E.*

ORCID: 0000-0001-7369-1808,

Tula State Pedagogical University, Tula, Russia

* Corresponding author (yutsisalexey[at]yandex.ru)

Abstract

In the context of the global economic crisis, industrial enterprises are forced to work in more severe competition. Due to the instability and uncertainty in the spheres of public life, organizations need to develop and implement a strategy to achieve competitive advantage. To achieve this goal, enterprises need to conduct a qualitative analysis of both internal and external environments, process and structure the data obtained, and develop measures to eliminate vulnerable areas of the organization.

Industrial enterprises provide other industries (segments) with the necessary equipment and tools, provide jobs, and serve as a platform for the introduction of innovative technologies. Workers face the need for advanced training programs and professional retraining, which leads to the development of professional qualities of personnel, the role of human capital increases.

The development of the economy directly depends on the industry. In the conditions of instability of the economic environment, a rethinking of the strategic management of enterprises and updating research in this area are required. This means that the industry needs an effective and balanced way to ensure the growth of economic indicators not only in the present but also in the future: a sustainable development strategy.

Keywords: strategy, sustainability, development, tool, method, enterprise, industry, economy, management, business, goal, strategic management.

Введение

В экономической сфере существуют способы и методы создания стратегии развития: аналитические, экспериментальные, прогнозные, экономические, социально-психологические, управленческие [3], [5], [6]. Такими методами являются портфолио (на основе генерации матриц), эвристические (с учетом недостатка знаний), программирование и математическое моделирование. На этапах формирования стратегии развития промышленного предприятия могут использоваться разные методы управленческих решений [4], [7], [9], [10].

Стратегия промышленного предприятия должна отражать наиболее важные общие характеристики бизнеса: финансовое состояние (платежеспособность, динамика прибыли, прибыльность и т. д.), положение на рынке (доля рынка, спрос на продукцию, конкурентоспособность и т. д.), производственный потенциал (мощность, производственный процесс, ресурсоэффективность и др.), кадровый и инновационный потенциал [3], [6], [8], [11].

Инструменты стратегического планирования и управления, разработанные зарубежными теоретиками и профессионалами, не дают желаемого результата из-за отсутствия адекватного учета некоторых особенностей

внутренней экономики России, выражающихся в сложной структуре взаимоотношений между экономическими активами, формами собственности, государственным регулированием и территориальным охватом [3], [4], [5], [7].

Предприятия больше не достигают стратегических целей управления бизнесом, что приводит к необходимости разработки новых подходов и технологий для достижения устойчивого развития в отрасли промышленности [2], [3], [5].

Основная часть

Вопросам стратегического менеджмента предприятий всегда уделялось много внимания со стороны ученых и специалистов [2], [5], [7], [11].

Стратегическое управление - довольно молодое направление, которое возникло на Западе в 70-х годах XX века и основоположниками которого были такие крупные теоретики как А. Чандлер, Г. Саймон, И. Ансофф, Г. Минцберг и др. [6], [7], [8], [9]. Основной причиной возникновения данной концепции выступает усложнение внешней среды организации и ускорение изменений, происходящих в ней.

Многоаспектность проблем и неопределенность среды, в которой функционирует предприятие, увеличение количества управляемых объектов, растущая сложность конфигурации экономических связей и транзакций, возрастающая роль социальных институтов – неполный перечень факторов, повышающих интерес к вопросам долгосрочного управления [1], [4], [6], [8].

Стратегический менеджмент развития промышленных предприятий определяется разработкой и реализацией мероприятий, направленных на ликвидирование рисков, а также поиск и реализацию потенциала управляемого объекта [4], [5], [7], [9]. Прогнозирование будущего состояния организации является необходимой частью долгосрочного управления [2], [3], [6], [10].

Стратегию устойчивого развития компании понимают как долгосрочный план действий, направленный на постоянное обновление структурного и функционального содержания производственной и экономической систем предприятия с целью увеличения прибыли [8], [9].

Производственная мощность выпускаемой продукции, оказание услуг, а также закупка товаров не может противостоять закону спроса со стороны потребителей [4], [9], [10]. Мероприятия, направленные на развитие промышленного предприятия в условиях рыночных отношений, требуют экономически обоснованных затрат, эффективных управленческих решений [3], [6], [7], [8].

Важной составляющей при оценке потенциала организации является экономическая обособленность, её конкурентоспособность. Она характеризует на сколько прочным и устойчивым является положение предприятия в условиях рыночных отношений [1], [2], [5], [7].

Таблица 1 – Виды устойчивости исследуемой организации

Виды устойчивости	Характеристика видов устойчивости
Экономическая	Эффективность, конкурентоспособность
Производственная	Техническая, технологическая, организационная
Инвестиционная	Инвестиционный потенциал
Финансовая	Платежеспособность, финансовая устойчивость
Коммерческая	Скорость оборачиваемости активов
Социальная	Социальная стабильность коллектива
Экологическая	Уровень охраны окружающей среды

К основным условиям экономического потенциала организации можно отнести [8], [9]:

- уровень технического состояния;
- ресурсное обеспечение;
- организация труда и производства.

В своей деятельности организации классифицируются зависимости от вида и условий получения основных доходов (систематических, регулярных) и прочих поступлений (несистематических, нерегулярных) [10], [11].

Предпринимательская деятельность направлена на увеличение прибыли компании. Доходностью организации в результате поступления активов является прибыльность, рентабельность [4], [5], [8].

Основными показателями в системе анализа целей и задач экономических результатов являются [5], [7], [8], [11]:

- экономическая состоятельность организации;
- определение составной части расходов и доходов;
- динамический рост прибыли;
- определение влияния различных параметров на прибыль организации;
- появление возможных резервов темпов роста на основе оптимизации объемов издержек и производства;
- динамический рост и влияния различных условий на рентабельность.

В настоящее время у руководителей-практиков накопилось очень много вопросов к процессу формулирования и внедрения стратегии, которые вызваны наличием серьезных проблем в теоретическом и методическом обеспечении стратегического менеджмента, таких как проблема выбора между опытно-интуитивным и рационально-логическим подходами, приоритет внешней или внутренней среды, выбор между конкурентным и предпринимательским поведением и выбор между системным и ситуационным подходом [4], [5], [7], [11]. Решение перечисленных проблем может стать выходом из сложившейся ситуации, однако поиск решения данной задачи нельзя назвать простым.

Обоснованно выбранная стратегия должна адекватно демонстрировать экономическую деятельность предприятия, способствовать выбору приоритетов и обеспечивать активное управление предприятием в соответствии с изменяющимися внешними и внутренними условиями [5], [7].

Согласно методологическому исследованию И. Ансоффа каждому показателю в системе оценивания организации присваивается «зеленая», «желтая», или «красная», метка [5], [6].

Они отображают систему стратегического использования продукции и сегментирования организации [5]:

- чем больше «зеленых» меток, тем выше потенциал в реализации стратегического преимущества;
- чем больше «красных меток», тем ниже вероятность успешной реализации стратегического преимущества.

Исследуемая организация должна следовать стратегии наименьших затрат и наименьшего сопротивления [6]:

- необходимо искать точки роста бизнеса на существующем рынке с реализуемым продуктом;
- необходимо рассматривать источники распространения существующего продукта на новом рынке;
- необходимо исследовать ниши для новых продуктов на текущем рынке;
- необходимо рассматривать варианты диверсификации.

Таблица 2 – Матрица Ансоффа

Рынки		Продукция	
		Существующая	Новая
	Существующие	- низкая степень риска; - внедрение на рынок.	- средняя степень риска; - развитие продукции.
	Новые	- средняя степень риска; - расширение рынка.	- высокая степень риска; - диверсификация.

Необходимо рассмотреть возможность реализации стратегического внедрения. Более высокий уровень дохода можно получить за счет существующих потребителей, продавая им текущий товар. Необходимо ответить на вопрос «Есть ли возможности и перспективы роста на текущем рынке организации?» и оценить [5], [6]:

- темп роста рынка;
- уровень потребления продукции;
- частоту использования продукции;
- уровень дистрибуции (покрытия) продукции;
- уровень знания продукции в исследуемой организации;
- экономичность на масштабе при росте продаж;
- уникальность продукта организации (в сравнении с конкурентами);
- возможность осуществления высоких инвестиций.

В этом заключается стратегия внедрения по методике И. Ансоффа. Оценка применения стратегии представлена на рисунке 1 (см. рисунок 1).

Стратегия внедрения	Есть ли возможности и перспективы на текущем рынке у организации?		
	Возможна	Вероятна	Не возможна
Описать текущий рынок и текущий продукт	Текущий рынок: оказания услуг в сфере питания; Текущий продукт: услуги в сфере питания.		
Темп роста рынка	Высокий	Замедляющийся, но растущий	Стагнация или снижение объема рынка
Уровень потребления товара организации	Ниже, чем в среднем по рынку	На уровне среднесрочных показателей	Выше чем в среднем по рынку
Частота использования товара	Максимально	Умеренно	Низко
Уровень дистрибуции товара на рынке (доступ к товару)	Ниже, чем в среднем по рынку	На уровне среднесрочных показателей	Выше чем в среднем по рынку
Уровень знания товара организации	Ниже, чем в среднем по рынку	На уровне среднесрочных показателей	Выше чем в среднем по рынку
Экономия от масштаба	Есть		Нет
Товар организации имеет конкурентное преимущество на текущем рынке	Да, полное преимущество	Имеет	Нет, не имеет
Возможности к высокому уровню инвестиций	Есть		Нет

Рис. 1 – Оценка стратегии внедрения исследуемой организации

Необходимо рассмотреть возможность реализации стратегии расширения рынка для исследуемой организации. Данное решение заключается в том, чтобы распространить успех текущей выпускаемой продукции на новых рынках. Необходимо ответить на вопрос «Сможет ли организация выйти с текущим продуктом на новые рынки?» и оценить [5]:

- успешность организации в текущей деятельности;
- силы входных барьеров в условиях нового сегмента рынка;
- рыночная интенсивность внутри отраслевой конкуренции нового рынка;
- темпы роста нового рынка;
- уникальность продукции сопоставимо с конкурентами;
- возможность инвестирования в развитие новых рынков.

Оценка применения стратегии расширения рынка представлена на рисунке 2 (см. рисунок 2).

Стратегия расширения рынка	Сможет ли организация выйти с текущим товаром на новые рынки?		
	Возможна	Вероятна	Не возможна
Описать новый рынок и текущий продукт	Текущий рынок: оказания услуг в сфере питания; Текущий продукт: услуги в сфере питания.		
Организация успешна в текущей деятельности (товар организации является востребованным на текущем рынке или к нему высокая лояльность)	Да	Есть мелкие недочеты	Нет, необходимо совершенствовать продукт
Количество игроков на новом рынке	Небольшое количество игроков(1-3)	Средний уровень насыщенности рынка(3-10)	
Входные барьеры на новом рынке	Практически отсутствуют	Есть, но недостаточно высокие	Высокий уровень входных барьеров
Темпы роста нового рынка	Высокий	Замедляющийся, но растущий	Стагнация или снижение объема рынка
Товар обладает уникальными свойствами, имеет конкурентное преимущество (в сравнении с крупными игроками рынка)	Да		Нет
Организация владеет уникальной технологией или имеет прибыльную модель ведения бизнеса	Да		Нет
Организация обладает дополнительным капиталом для инвестирования новых рынков	Да		Нет

Рис. 2 – Оценка стратегии расширения рынка исследуемой организации

Необходимо рассмотреть возможность реализации стратегии развития продукции для исследуемой организации. Стратегия развития товара заключается в том, чтобы увеличить долю текущего рынка за счет выпуска новых продуктов. При этом, новым продуктом может быть: усовершенствованный продукт, продукт в новой упаковке, продукт в новом объеме или абсолютная новинка. Необходимо ответить на вопрос «Сможет ли организация успешно расширить ассортимент продукции на текущем рынке?» и оценить [6]:

- динамичность темпов роста и величину текущего рынка;
- внутриотраслевую конкуренцию;
- конкурентоспособность текущей продукции;
- угроза появления новых конкурентов;
- развитие инноваций для текущего рынка;
- уровень обновления ассортимента и появления новинок у ключевых конкурентов на текущем рынке.

Оценка применения стратегии развития продукции представлена на рисунке 3 (см. рисунок 3).

Стратегия развития товара	Есть ли возможности и перспективы на текущем рынке у организации?		
	Возможна	Вероятна	Не возможна
Описать новый рынок и текущий продукт	Текущий рынок: оказания услуг в сфере питания; Текущий продукт: услуги в сфере питания.		
Темп роста текущего рынка	Высокий	Замедляющийся, но растущий	Стагнация или снижение объема рынка
Размер текущего рынка (для бизнеса организации)	Большой	Средний	Небольшой
Текущий товар устарел, имеет недостатки или находится на последней стадии жизненного цикла товара	Да	Намечаются тенденции к снижению спроса на данный товар	Нет
Внутриотраслевая конкуренция	Высокий уровень	Тенденции к ужесточению	Низкий уровень
Угроза входа новых игроков	Да		Нет
Успех в отрасли зависит от развития инноваций и постоянного предложения новых продуктов	Да		Нет
Уровень обновления ассортимента и появления новинок у ключевых конкурентов	Высокий	Средний	Низкий

Рис. 3 – Оценка стратегии развития товара исследуемой организации

Необходимо рассмотреть возможность реализации стратегии диверсификации для исследуемой организации. Стратегия диверсификации заключается в обеспечении роста организации за счёт открытия новых направлений бизнеса на новых рынках. Необходимо ответить на вопрос «Есть ли необходимость у организации в диверсификации портфеля?» и оценить [6]:

- динамичность темпов роста текущих рынков организации;
- рост конкуренции на текущих рынках;
- инвестиционные возможности организации;
- уровень компетенции организации;
- конкурентоспособность текущих продуктов.

Оценка применения стратегии диверсификации представлена на рисунке 4 (см. рисунок 4).

Стратегия диверсификации	Есть ли необходимость организации в диверсификации?		
	Возможна	Вероятна	Не возможна
Описать новый рынок и новый продукт	Текущий рынок: оказания услуг в сфере питания; Текущий продукт: услуги в сфере питания.		
Темп роста текущего рынка	Стагнация или снижение объема рынка	Замедляющийся, но растущий	Высокий
Конкуренция на текущем рынке	Высокий уровень	Тенденции к ужесточению	Низкий уровень
Организация имеет дополнительные свободные ресурсы для развития бизнеса на новом рынке	Да		Нет
Организация имеет определенный уровень компетенции (или может достичь его) для ведения бизнеса на новом рынке	Да		Нет
Возможности роста на текущих рынках и с помощью текущих товаров	Минимальны и отсутствуют	Средне	Есть

Рис. 4 – Оценка стратегии диверсификации исследуемой организации

Проведённый анализ всех стратегий по методике И. Ансоффа показал необходимость выполнения последнего этапа анализа. Необходимо сгруппировать все результаты проведённого анализа в единую таблицу и посмотреть на картину в целом.

Результаты проведённого анализа исследуемой организации отображены на рисунке 5 (см. рисунок 5).

Вариант стратегии	Возможность	Описание	Ключевые источники роста организации
Стратегия внедрения	Вероятна	Низкие возможности к инвестированию, высокий уровень дистрибуции, потребления и знания товара не дает возможности осуществления данной стратегии.	Указаны в порядке приоритетности: 1) Разработка рекламной компании и системы продвижения в целом
Стратегия расширения рынка	Вероятна	Выход в близлежащие малые города – отличный источник роста. Организация обладает всеми ресурсами и возможностями к его реализации.	
Стратегия развития товара	Вероятна	Организация обладает всеми ресурсами для расширения ассортимента и ввода новой продукции	2) Расширение ассортимента: ввод новых видов услуг.
Стратегия диверсификации	Возможна	У организации есть отличные возможности на текущих рынках с помощью текущих и новых товаров. Диверсифицировать портфель пока не рекомендуется.	3) Формирование четкой системы стратегического планирования

Рис. 5 – Анализ возможностей и шансов применения стратегии в исследуемой организации

По итогам проведенного исследования по матрице И. Ансоффа, самый наилучший выход - применение стратегии диверсификации, так же с меньшей долей вероятности, но возможно применение стратегии внедрения и стратегии расширения рынка.

В условиях экономических отношений выбранная стратегия по эффективной реализации разработанных мероприятий должна обеспечить прочную позицию организации среди конкурентов.

Заключение

Устойчивое развитие производственной и экономической систем имеет характерное качество полученных решений. Механизм обеспечения устойчивости ведения бизнеса должен осуществляться, прежде всего, через формирование стратегии устойчивого развития. Как показывают исследования, процесс формирования устойчивости в отечественной практике развит недостаточно. Стратегический менеджмент – сложный и многогранный процесс реализации различных управленческих решений, которые, в итоге, должен быть связан с общей стратегической концепцией предприятия.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Абдикеев Н. М. Обработывающая промышленность как драйвер экономического роста / Н. М. Абдикеев, Ю. С. Богачев // Экономика. Бизнес. Банки. - 2018. - № 5. - С. 8–18.
2. Алексеев А. А. Факторы экономической эффективности инновационного предпринимательства в обрабатывающей промышленности / А. А. Алексеев, К. В. Хлебников // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. - 2018. - № 5. - С. 128–136.
3. Бесхмельницына С. Н. Методика определения сбалансированности показателей предприятий обрабатывающей промышленности / С. Н. Бесхмельницына, С. Н. Ильичев // Научное обозрение. - 2017. - № 13. - С. 98–103.
4. Богачев Ю. С. Технологичная структура обрабатывающей промышленности – фактор устойчивого развития экономики России / Ю. С. Богачев // Управленческие науки. - 2017. - № 3. - С. 21–29.
5. Давиденко Л. М. Технологическая интеграция в обрабатывающей промышленности в условиях цифровой экономики / Л. М. Давиденко // Монография. - 2019. - С. 216.
6. Дудочников А. И. Анализ уровня развития обрабатывающей промышленности в регионах России. / А. И. Дудочников, Г.Ф. Миначева // Вектор экономики. - 2017. - № 6. - С. 27.
7. Ермакова К. Л. Оценка влияния факторов внутренней и внешней среды на предприятие обрабатывающего производства / К. Л. Ермакова, К. В. Штоколова // Вектор экономики. - 2018. - № 11. - С. 51.
8. Корнев А. К. О повышении конкурентоспособности действующих производств обрабатывающей промышленности / А. К. Корнев, С. И. Максимцова // Проблемы прогнозирования. - 2019. - № 6. - С. 83–94.
9. Мансурова М. Т. Современные тенденции развития обрабатывающей промышленности России и ее

конкурентоспособность в условиях новой промышленной революции / М. Т. Мансурова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. - 2019. - № 5-1. - С. 194-202.

10. Митрофанова М. Н. Инновационное развитие обрабатывающей промышленности / М. Н. Митрофанова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. - 2019. - № 2. - С. 115-123.

11. Мухсимова Д. Х. Обрабатывающая промышленность – важный фактор устойчивого развития экономики / Д. Х. Мухсимова // Colloquium-journal. - 2019. - № 24. - С. 57-59.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Abdikeev N. M. Obrabatyvajushhaja promyshlennost' kak drajver jekonomicheskogo rosta [Manufacturing industry as a driver of economic growth] / N. M. Abdikeev, Yu. S. Bogachev // Jekonomika. Biznes. Banki [Economy. Business. Banks]. - 2018. - No. 5. - pp. 8-18. [in Russian]

2. Alekseev A. A. Faktory jekonomicheskoy jeffektivnosti innovacionnogo predprinimatel'stva v obrabatyvajushhej promyshlennosti [Factors of economic efficiency of innovative entrepreneurship in the manufacturing industry] / A. A. Alekseev, K. V. Khlebnikov // Izvestija sankt-peterburgskogo gosudarstvennogo jekonomicheskogo universiteta [Izvestiya of the St. Petersburg State University of Economics]. - 2018. - No. 5. - pp. 128-136. [in Russian]

3. Beskhnelnitsyna S. N. Metodika opredelenija sbalansirovannosti pokazatelej predpriyatij obrabatyvajushhej promyshlennosti [Methodology for determining the balance of indicators of manufacturing enterprises] / S. N. Beskhnelnitsyna, S. N. Ilyichev // Nauchnoe obozrenie [Scientific Review]. - 2017. - No. 13. - pp. 98-103. [in Russian]

4. Bogachev Yu. S. Tehnologichnaja struktura obrabatyvajushhej promyshlennosti – faktor ustojchivogo razvitija jekonomiki Rossii [Technological structure of the manufacturing industry – a factor of sustainable development of the Russian economy] / Yu. S. Bogachev // Upravlencheskie nauki [Managerial Sciences]. - 2017. - No. 3. - pp. 21-29. [in Russian]

5. Davidenko L. M. Tehnologicheskaja integracija v obrabatyvajushhej promyshlennosti v uslovijah cifrovoj jekonomiki [Technological integration in the manufacturing industry in the digital economy] / L. M. Davidenko // Monograph. - 2019. - p. 216. [in Russian]

6. Dudochnikov A. I. Analiz urovnja razvitija obrabatyvajushhej promyshlennosti v regionah Rossii [Analysis of the level of development of the manufacturing industry in the regions of Russia] / A. I. Dudochnikov, G. F. Minacheva // Vektor jekonomiki [Vector of economics]. - 2017. - No. 6. - p. 27. [in Russian]

7. Ermakova K. L. Ocenka vlijanija faktorov vnutrennej i vneshnej sredy na predpriatie obrabatyvajushhego proizvodstva [Assessment of the influence of internal and external environment factors on a manufacturing enterprise] / K. L. Ermakova, K. V. Shtokolova // Vektor jekonomiki [Vector of Economics]. - 2018. - No. 11. - p. 51. [in Russian]

8. Kornev A. K. O povyshenii konkurentosposobnosti dejstvujushhih proizvodstv obrabatyvajushhej promyshlennosti [On improving the competitiveness of existing manufacturing industries] / A. K. Kornev, S. I. Maksimtsova // Problemy prognozirovaniya [Problems of forecasting]. - 2019. - No. 6. - pp. 83-94. [in Russian]

9. Mansurova M. T. Sovremennye tendencii razvitija obrabatyvajushhej promyshlennosti Rossii i ee konkurentosposobnost' v uslovijah novej promyshlennoj revoljucii [Modern trends in the development of the manufacturing industry in Russia and its competitiveness in the conditions of the new industrial revolution] / M. T. Mansurova // Jekonomika: vchera, segodnja, zavtra [Economy: yesterday, today, tomorrow]. - 2019. - No. 5-1. - pp. 194-202. [in Russian]

10. Mitrofanova M. N. Innovacionnoe razvitie obrabatyvajushhej promyshlennosti [Innovative development of the manufacturing industry] / M. N. Mitrofanova // Fundamental'nye i prikladnye issledovanija kooperativnogo sektora jekonomiki [Fundamental and applied research of the cooperative sector of the economy]. - 2019. - No. 2. - pp. 115-123. [in Russian]

11. Mukhsimova D. H. Obrabatyvajushhaja promyshlennost' – vazhnyj faktor ustojchivogo razvitija jekonomiki [Manufacturing industry is an important factor of sustainable economic development] / D. H. Mukhsimova // Colloquium-journal. - 2019. - No. 24. - pp. 57-59. [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.143>

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ К СУБСИДИАРНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
БЕНЕФИЦИАРОВ ОФШОРНЫХ КОМПАНИЙ В ДЕЛАХ О БАНКРОТСТВЕ**

Научная статья

Волков Д.Е.^{1,*}, Родина Н.В.²

^{1,2} Кемеровский институт (филиал) Российский Экономический Университет им. Г.В. Плеханова, Кемерово, Россия

* Корреспондирующий автор (volkov.de27[at]icloud.com)

Аннотация

В данной статье автор исследует проблемы привлечения бенефициарных собственников офшорных компаний к субсидиарной ответственности в делах о банкротстве.

Цель исследования заключается в анализе положений законодательства о банкротстве, контролирурующих иностранных компаний, а также российской судебной практики. В ходе исследования рассматриваются проблемы привлечения к субсидиарной ответственности контролирующих лиц посредством применения норм российского законодательства, а также проблемы установления личности бенефициарного владельца офшорной компании.

В рамках исследования авторами рассматривается вопрос о применении российского законодательства для привлечения к субсидиарной ответственности, а также вопрос о способах установления личности бенефициара.

Автор приходит к выводу, что в случаях доведения российской организации – должника посредством действий и указаний своей офшорной материнской компанией до банкротства, лицами, контролирующими действия должника, они могут быть привлечены к субсидиарной ответственности по российскому законодательству. Для решения проблемы раскрытия личности бенефициара офшорной холдинговой компании необходимо развивать механизмы международных обменов финансовой информации, а также целесообразно рассмотреть вопрос о создании реестров бенефициарных владельцев на международном уровне.

Ключевые слова: офшорная компания, субсидиарная ответственность, бенефициарный владелец, контролирующие лица, контролирующие иностранные компании, банкротство, конфиденциальность.

**TODAY'S PROBLEMS OF SUBJECTING BENEFICIARIES OF OFFSHORE COMPANIES
TO SUBSIDIARY LIABILITY IN BANKRUPTCY CASES**

Research article

Volkov D.E.^{1,*}, Rodina N.V.²

^{1,2} Kemerovo Institute (branch) of the Plekhanov Russian University of Economics, Kemerovo, Russia

* Corresponding author (volkov.de27[at]icloud.com)

Abstract

The author of the article examines the problems of subjecting the beneficial owners of offshore companies to subsidiary liability in bankruptcy cases.

The purpose of the study is to analyze the Russian judicial practice regarding the provisions of bankruptcy legislation of foreign controlling companies. The study examines the problems of subjecting controlling entities to subsidiary liability through the application of the norms of Russian legislation, as well as the problems of identifying the beneficial owner of an offshore company.

Within the framework of the study, the authors also consider the application of Russian legislation for subsidiary liability, as well as the ways to establish the identity of the beneficiary.

The author comes to the conclusion that in cases when a Russian debtor organization is brought to bankruptcy by actions and instructions of its offshore parent company by entities controlling the actions of the debtor, they can be subject to subsidiary liability under Russian law. To solve the problem of disclosing the identity of the beneficiary of an offshore holding company, it is necessary to develop mechanisms for international exchanges of financial information, it is also advisable to consider creating registers of beneficial owners at the international level.

Keywords: offshore company, subsidiary liability, beneficial owner, controlling entities, foreign controlling companies, bankruptcy, confidentiality.

В 2020 году вопрос о привлечении к субсидиарной ответственности контролирующих должника лиц привлек внимание общественности. За прошедший год Верховный суд рассмотрел порядка 14 дел о привлечении КДЛ к субсидиарной ответственности.

С 2015 по 2020 гг. институт субсидиарной ответственности трансформировался в один из наиболее эффективных инструментов преследования недобросовестных должников. Так, согласно статистическим данным за 2015-2019 г. по данным Федресурс, сумма, взысканная по субсидиарной ответственности увеличилась более чем в 100 раз. Так, в 2015 году было взыскано 3,1 млрд руб., а в 2019-м году -440,5 млрд руб.

Однако, несмотря на широкое развитие данного института, на сегодняшний день, в правоприменительной практике возникает ряд актуальных вопросов о применении норм российского законодательства о субсидиарной ответственности для бенефициаров офшорных компаний.

Федеральный закон о банкротстве (Далее – Закон о банкротстве), также как и Верховный Суд РФ установили, что контролирующим должника является третье лицо, которое получило существенный актив должника (в том числе по цепочке последовательных сделок), выбывший из владения последнего по сделке, совершенной руководителем

должника в ущерб интересам возглавляемой организации и ее кредиторов (например, на заведомо невыгодных для должника условиях или с заведомо неспособным исполнить обязательство лицом («фирмой-однодневкой» и т.п.), либо с использованием документооборота, не отражающего реальные хозяйственные операции и т.д.) [3]. При этом, в случаях установления сведений, свидетельствующих о невозможности погашения требований кредиторов в полном объеме должником по вине контролирующих лиц, к субсидиарной ответственности необходимо привлекать именно бенефициара [5].

Доктор юридических наук, В.Н. Канашевский, рассматривая вопрос о применении вышеуказанных положений в случаях наличия связи между офшорной компанией, осуществляющей фактическое управление и дающее распоряжения руководителям дочерней организации-должника, а также причинно-следственной связи между действиями контролирующего лица, которые привели к банкротству должника, утверждает, что данные положения закона должны применяться, поскольку ситуации, при которых действия должника контролируются посредством офшорных холдинговых структур предусматриваются Законом о банкротстве [12].

Стоит отметить, что возможность использования номинального сервиса бенефициарами стала бесспорным преимуществом офшорных компаний и трастов. Благодаря такому механизму, бенефициар, то есть фактический владелец и выгодополучатель услуг номинальных акционеров и директоров осуществляет фактический контроль посредством конфиденциального соглашения [11].

При этом, обстоятельства, указывающие на наличие такого номинального сервиса, подтверждают тот факт, что именно КДЛ должны в данном случае нести субсидиарную ответственность.

Рассмотрим случаи привлечения к субсидиарной ответственности офшорных компаний по долгам российских обществ за умышленное доведение последних до банкротства в российской судебной практике.

В 2008 году ООО "Салон Пастиж" начало банкротство по упрощенной процедуре в связи с ликвидацией. ПАО «Промсвязьбанк» включился в реестр кредиторов (481 млн руб.). А после этого банк обратился в суд с заявлением о привлечении контролирующих должника лиц к субсидиарной ответственности. Это бенефициары Роман Чайковский, Василий Бакунькин и Андрей Смолярчук, которые в разное время занимали кресло гендиректора, а также ликвидатор Иван Куканов [9].

Согласно позиции Промсвязьбанка, вышеуказанные лица причинили вред кредиторам, когда под видом займа перевели деньги должника на счет офшорной компании, принадлежащей Чайковскому. Он, в свою очередь, как посчитал банк, аккумулировал весь доход на счетах кипрской фирмы, в то время как долги других компаний группы росли и в итоге приводили компанию-должника к банкротству.

В результате, суд первой инстанции привлек вышеуказанных лиц к субсидиарной ответственности и солидарному взысканию 2,2 млрд руб.

Стоит отметить, что до изменений 2013 года, офшорная компания представляла собой иностранную компанию, для определения правового статуса которой необходимо было обращаться к законодательству места ее регистрации.

Более того, согласно позиции ВАС РФ, в случае, если подконтрольные лица не выступали в качестве самостоятельных субъектов гражданских отношений, субсидиарной ответственности подлежат фактически контролирующие должника лица [7].

После дополнений в ст.1202 ГК РФ в 2013 году, стало действовать новое правило, согласно которому, лицо, контролирующее действия российского должника посредством офшорных структур, может быть привлечено к субсидиарной ответственности именно по российскому праву без применения права государства, на территории которого свою деятельность осуществляет бенефициар. При этом, необходимо, чтобы правила российского законодательства об ответственности КДЛ устраивали заявителя [1].

Стоит отметить, что судебная практика наряду с действующим законодательством позволяет в случаях наличия инвестиционных фондов и трастов, посредством которых бенефициар банков-банкротов и контролирующие лица скрывают активы, выведенные из кредитных организаций, привлечь к субсидиарной ответственности КДЛ, осуществляющих фактическое руководство посредством трастов и офшорных холдинговых компаний [13].

Так, в 2018 году фактически контролировавший 63,9% акций банка-банкрота ОАО «Инкасбанк», Г. был привлечен к субсидиарной ответственности, размер которой составил 11 млрд руб. Судом было установлено, что Г. осуществлял контроль за банком через кипрские компании и российские юридические лица [8].

По мнению, Канашевского В.А., целесообразным представляется при рассмотрении вопроса о включении правил о субсидиарной ответственности КДЛ еще и в общегражданское законодательство. Благодаря этому, несмотря на всю противоречивость принципам имущественной обособленности юридического лица и раздельной ответственности юридического лица, а также его участников по долгам друг друга, общегражданское законодательство будет гармонично следовать международным тенденциям развития субсидиарной ответственности [12].

На наш взгляд, введение правил субсидиарной ответственности КДЛ для организация в общегражданское законодательство позволит привлекать к субсидиарной ответственности бенефициаров офшорных компаний по законодательству РФ не только с согласия кредиторов. Более того, в совокупности с законодательством о контролирующих иностранных компаниях, такой механизм позволит расширить круг лиц, привлекаемых к субсидиарной ответственности и облегчит процесс раскрытия лица, имеющего фактическое право на доходы [2].

При этом, существует и упрощенный порядок привлечения к ответственности, реализуемый посредством ходатайства кредиторов, в результате чего у кредиторов появится возможность применить российское законодательство для привлечения к ответственности. Однако, данная процедура возможна в случае, если офшорная компания осуществляет свою основную деятельность именно на территории РФ.

Согласно п.2 ст.61.16 Закона о банкротстве, если арбитражный суд установит, что заявление кредитора не содержит сведений, благодаря которым можно сделать предположения о наличии в действиях ответчика признаков КДЛ, заявление о привлечении к ответственности суд вправе оставить без движения [3]. Стоит отметить, что именно обстоятельства, подтверждающие наличие статуса КДЛ у ответчика будут являться доказательствами наличия статуса

КДЛ у ответчика. Говоря об офшорных компаниях или трастах, в качестве таких сведений могут выступать трастовые договоры с номинальными акционерами, деловая переписка, подтверждающее, что именно бенефициар является контролирующим офшорную компанию лицом, принимающим непосредственное участие в фактическом руководстве компанией, российских активов, либо распоряжающийся активами компании [10].

Более того, кредиторы могут предоставить эти сведения в рамках дела о банкротстве еще на этапе предварительного заседания. При этом, бремя доказывания лежит на заявителе.

Однако, при отсутствии отзыва или возражений, суд вправе возложить бремя доказывания отсутствия оснований привлечения к субсидиарной ответственности на привлекаемое лицо.

На сегодняшний день существует проблема установления сведений, позволяющих установить связь должника с офшорным бенефициаром. Дело в том, что для того, чтобы обязать должника раскрыть личность контролирующего лица, необходимо предоставить доказательства наличия связи между должником, офшорной компанией и КДЛ. Однако, из-за того, что многие компании зарегистрированы в «черных» офшорных зонах, большинство заявителей не могут получить информацию о бенефициарном владельце.

Для того, чтобы установить вышеуказанную взаимосвязь, необходимо запросить в офшорной юрисдикции информацию, максимально доступную третьим лицам. Также, законодатель предусматривает возможность заявителю через суд истребовать доступную информацию о наличии счетов бенефициара в банках. Более того, исходя из положений Конвенции о взаимной административной помощи по налоговым делам, между странами-участниками предусмотрен обмен информацией по налоговым делам, в числе которых состоят некоторые офшорные зоны, такие как Кипр, Индонезия и др., что позволяет привлечь к рассмотрению дела и запросить через налоговый орган сведения о том, кто же является акционером и бенефициаром офшорной компании и предоставить эту информацию в суд [4]. Российская судебная практика возлагает обязанность по раскрытию личности бенефициаров возлагает именно на офшорные компании, а если соответствующие лица не предоставляют сведений, то такое обстоятельство предполагает, что факт доказан. Такую позицию Президиум ВАС начал формировать после завершения дела «Скаковая 5». ВАС РФ разъяснил: «Вследствие непубличной структуры владения акциями (долями) в офшорной компании... бремя доказывания наличия либо отсутствия обстоятельств, защищающих офшорную компанию как самостоятельного субъекта в ее взаимоотношениях с третьими лицами, должно возлагаться на офшорную компанию. Такое доказывание осуществляется, прежде всего, путем раскрытия информации о том, кто в действительности стоит за компанией, то есть раскрытия информации о ее конечном бенефициаре» [7].

Впоследствии, такая позиция отразилась в решениях других российских судов, что приводило к неблагоприятным процессуальным последствиям для соответствующих сторон, отказавшихся предоставить соответствующие сведения [8].

Стоит отметить, что в данном подходе присутствует заимствование института раскрытия доказательств (disclosure order), благодаря которому, добросовестный истец вправе получить необходимые доказательства. Такой институт обрел свое широкое применение в судебной практике Великобритании. Так, практика английских судов устанавливает, что обязанность раскрытия личности бенефициара лежит на самом бенефициаре. В данном случае суд издает приказ о раскрытии информации. Так, Агентство по страхованию вкладов (АСВ) инициировало судебный процесс в Высоком суде Англии (High Court of Justice) с просьбой вынесения обеспечительных мер по рассматриваемому в России иску АСВ к П. По утверждению АСВ, П. вывел более 2 млрд долл. из Банка и перевел их на свой личный счет в швейцарском банке. В 2014 г. Высокий суд Англии выдал приказ о раскрытии ответчиком информации об активах (включая имущество трастов), принадлежащих П., или бенефициаром которых он является [15].

С другой стороны, суды принимали доказательства, представленные офшорными компаниями только в случае доказывания ими своей добросовестности. В случае, если номинальный руководитель или акционер офшорной компании дает в российском суде показания, доказывающие его номинальную роль, а также предоставляет сведения о реальном бенефициаре, то такое лицо освобождается от ответственности.

Данный способ раскрытия личности бенефициара нельзя считать эффективным, поскольку конечный бенефициар не заинтересован в раскрытии своего статуса контролирующего лица, а, напротив, обычно скрывает наличие возможности оказания влияния на должника, что создает трудности в установлении достоверных сведений о бенефициаре. В связи с этим, Верховный суд разъяснил, что привлекая к субсидиарной ответственности конечного бенефициара необходимо учитывать не только прямые доказательства, полученные от номинального руководителя [7].

В последнее время, проблемой раскрытия личности бенефициара озадачились многие государства. Так, за последние 10 лет было подписано ряд соглашений с некоторыми офшорными юрисдикциями, такими как Кипр, Швейцария и т.д. [14].

Данные соглашения позволили приоткрыть завесу теневого капитала, однако, на сегодняшний день большинство стран офшорной юрисдикции до сих пор содержатся в «сером» и «чёрном» списках. Несмотря на это, некоторые офшорные юрисдикции начали создание реестров бенефициарных владельцев, однако, данные реестры пока не получили статус публичных [16].

На наш взгляд, именно развитие международного сотрудничества является эффективным решением настоящей проблемой, поскольку в случае развития данной сферы и создания публичных реестров бенефициарной собственности будет упрощен порядок получения доказательств о деятельности КДЛ, а также это приведет к уменьшению оттока капитала государства.

Таким образом, для решения проблемы установления личности бенефициаров офшорных компаний Российским судам следует использовать зарубежный опыт в развитии судебной практики, согласно которой отказ стороны от предоставления информации о бенефициарах офшорных компаний должен толковаться против соответствующей стороны. Более того, необходимо развивать механизмы международного финансового сотрудничества России с офшорными юрисдикциями. Также, России совместно со странами-участниками ФАТФ, ОЭСР и G20 рассмотреть вопрос о разработке международных стандартов создания публичных реестров бенефициарных собственников, а также принуждение к выходу офшорных юрисдикций из тени и имплементации соответствующих норм.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 №146-ФЗ // Собрание законодательства РФ - 03.12.2001 - №49. – ст.4552.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ // Собрание законодательства РФ. - 07.08.2000. - № 32. - ст. 3340.
3. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 30.12.2020) "О несостоятельности (банкротстве)" // "Собрание законодательства РФ", 28.10.2002, N 43, ст. 4190.
4. Конвенция о взаимной административной помощи по налоговым делам" (Заключена в г. Страсбурге 25.01.1988) (с изм. и доп. от 27.05.2010) ст.4,6
5. Постановление Пленума ВС РФ от 21 декабря 2017 г. № 53 «О некоторых вопросах, связанных с привлечением контролирующих должника лиц к ответственности при банкротстве».
6. Постановление 17-го ААС от 19 сентября 2017 г. № 17АП-1083/2017-ГК по делу № А60-27089/2016
7. Определение ВС РФ от 15 февраля 2018 г. № 302-ЭС14-1472(4, 5, 7) по делу № А33-1677/2013
8. Постановление 13-го ААС от 30 мая 2018 г. № 13АП-9330/2018, 13АП-9332/2018, 13АП-9333/2018 по делу № А56-9862/2009/суб.№ А13-10654/2016;
9. Постановление 18-го ААС от 10 мая 2017 г. № 18АП-4133/2017 по делу № А07-17994/2015
10. Алтухов А.В. Процессуальные особенности рассмотрения заявлений о привлечении контролирующих должника лиц к субсидиарной ответственности при банкротстве / А.В. Алтухов, С.В. Левичев // Судья. 2018. № 4.
11. Канашевский В.А. О раскрытии информации о бенефициарах офшорных компаний и трастов: текущее состояние и перспективы / В.А. Канашевский // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2018. № 2
12. Канашевский В.А. О субсидиарной ответственности бенефициаров офшорных компаний и трастов / В.А. Канашевский // Журнал российского права. 2019. №6.
13. Сеницын С.А. Правовые средства предупреждения и противодействия вывода активов российскими банками: вопросы совершенствования законодательства / С.А. Сеницын // Предпринимательское право. 2018. № 1.
14. Перечень государств (территорий), не обеспечивающих обмен информацией для целей налогообложения с Российской Федерацией, утв. приказом ФНС России от 1 сентября 2017 г. № ММВ-7-17/709@
15. Приказ Высокого суда Англии и Уэльса по делу ООО «Внешэкономбанка». [Электронный ресурс]. URL: http://www.mcnairstchambers.com/media/documents/201411/English_High_Court_Dismisses_Application.pdf (дата обращения: 12.06.2021)
16. Реестры бенефициарных владельцев в странах мира. [Электронный ресурс]. URL: <http://tax-today.com/reestry-beneficiary-vladeltsev-v-stranah-mira/>. (дата обращения: 12.06.2021)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Grazhdanskiy kodeks Rossiyskoy Federacii (chast' tret'ya) ot 26.11.2001 №146-FZ [The Civil Code of the Russian Federation (part three) of 26.11.2001 No. 146-FZ] // Sbranie zakonodatel'stva RF - 03.12.2001 - №49. – st.4552. [Collection of Legislation of the Russian Federation-03.12.2001-No. 49. - Article 4552] [in Russian]
2. Nalogovyy kodeks Rossiyskoy Federacii (chast' vtoraya) ot 05.08.2000 № 117-FZ [The Tax Code of the Russian Federation (part two) of 05.08.2000 No. 117-FZ] // Sbranie zakonodatel'stva RF. - 07.08.2000. - № 32. - st. 3340 [Collection of legislation of the Russian Federation. - 07.08.2000. - No. 32. - article 3340] [in Russian]
3. Federal'nyy zakon ot 26.10.2002 N 127-FZ (red. ot 30.12.2020) "O nesostojatel'nosti (bankrotstve)" [Federal Law No. 127-FZ of 26.10.2002 (as amended on 30.12.2020) "On insolvency (bankruptcy)"] // "Sbranie zakonodatel'stva RF", 28.10.2002, N 43, st. 4190. ["Collection of Legislation of the Russian Federation", 28.10.2002, No. 43, Article 4190] [in Russian]
4. Konvencija o vzaimnoj administrativnoj pomoshhi po nalogovym delam" (Zakljuchena v g. Strasburge 25.01.1988) (s izm. i dop. ot 27.05.2010) st.4,6 [Convention on Mutual Administrative Assistance in Tax Matters " (Concluded in Strasbourg on 25.01.1988) (with amendments and add. from 27.05.2010) articles 4, 6] [in Russian]
5. Postanovlenie Plenuma VS RF ot 21 dekabrja 2017 g. № 53 «O nekotorykh voprosakh, svjazannykh s privlecheniem kontrolirujushchikh dolzhnika lic k otvetstvennosti pri bankrotstve». [Resolution of the Plenum of the Supreme Court of the Russian Federation No. 53 of December 21, 2017 "On some issues related to bringing persons controlling the Debtor to responsibility in bankruptcy"] [in Russian]
6. Postanovlenie 17-go AAS ot 19 sentjabrja 2017 g. № 17AP-1083/2017-GK po delu № А60-27089/2016 [Resolution of the 17th Arbitration Court of Appeal dated September 19, 2017 No. 17AP-1083/2017-Civil Code in case No. A60-27089/2016] [in Russian]
7. Opredelenie VS RF ot 15 fevralja 2018 g. № 302-EhS14-1472(4, 5, 7) po delu № А33-1677/2013 Opredelenie VS RF ot 15 fevralja 2018 g. № 302-EhS14-1472(4, 5, 7) po delu № А33-1677/2013 [Ruling of the Supreme Court of the Russian Federation of February 15, 2018 No. 302-ES14-1472 (4, 5, 7) in case No. A33-1677/2013] [in Russian]
8. Postanovlenie 13-go AAS ot 30 maja 2018 g. № 13AP-9330/2018, 13AP-9332/2018, 13AP-9333/2018 po delu № А56-9862/2009/sub.№ А13-10654/2016; [Resolution of the 13th AAS of May 30, 2018 No. 13AP-9330/2018, 13AP-9332/2018, 13AP-9333/2018 in case No. A56-9862/2009/sub. No. A13-10654/2016] [in Russian]
9. Postanovlenie 18-go AAS ot 10 maja 2017 g. № 18AP-4133/2017 po delu № А07-17994/2015 [Resolution of the 18th AAS of May 10, 2017 No. 18AP-4133/2017 on case No. A07-17994/2015] [in Russian]

10. Altukhov A.V. Processual'nye osobennosti rassmotrenija zajavlenijj o privlechenii kontrolirujushhikh dolzhnika lic k subsidiarnojj otvetstvennosti pri bankrotstve [Procedural features of consideration of applications for bringing persons controlling the debtor to subsidiary liability in bankruptcy] / A. V. Altukhov, S. V. Levichev // Sudya [Judge]. 2018. № 4 [in Russian]

11. Kanashevsky V. A. O raskrytii informacii o beneficiarakh ofshornykh kompanijj i trastov: tekushhee sostojanie i perspektivy [On disclosure of information about the beneficiaries of offshore companies and trusts: current state and prospects] / V. A. Kanashevsky // Zhurnal zarubezhnogo zakonodatel'stva i sravnitel'nogo pravovedenija [Journal of Foreign Legislation and Comparative Jurisprudence]. 2018. № 2 [in Russian]

12. Kanashevsky V. A. O subsidiarnojj otvetstvennosti beneficjarov ofshornykh kompanijj i trastov [On subsidiary liability of beneficiaries of offshore companies and trusts] / V. A. Kanashevsky // Zhurnal rossijskogo prava [Journal of Russian Law]. 2019. №6 [in Russian]

13. Sinitsyn S. A. Pravovye sredstva preduprezhdenija i protivodejstvija vyvoda aktivov rossijskimi bankami: voprosy sovershenstvovanija zakonodatel'stva [Legal means of preventing and countering the withdrawal of assets by Russian banks: issues of improving legislation] / S. A. Sinitsyn // Predprinimatel'skoe pravo [Entrepreneurial law]. 2018. № 1 [in Russian]

14. Perechen' gosudarstv (territorijj), ne obespechivajushhikh obmen informaciejj dlja celejj nalogooblozhenija s Rossijskojj Federaciejj, utv. prikazom FNS Rossii ot 1 sentjabrja 2017 g. № MMV-7-17/709@ [The list of states (territories) that do not provide for the exchange of information for tax purposes with the Russian Federation, approved by Order of the Federal Tax Service of Russia No. MMV-7-17/709 of September 1, 2017@] [in Russian]

15. Prikaz Vysokogo suda Anglii i Uehl'sa po delu ООО «Vneshekonombanka» [Order of the High Court of England and Wales in the case of Vneshekonombank LLC] [Electronic resource]. URL: http://www.mcnaichambers.com/media/documents/201411/English_High_Court_Dismisses_Application.pdf (accessed 12.06.2021) [in Russian]

16. Reestry beneficiarnykh vladel'cev v stranakh mira [Registers of beneficial owners in the countries of the world]. [Electronic resource]. URL: <http://tax-today.com/reestry-beneficiarnyh-vladeltsev-v-stranah-mira/> (accessed 12.06.2021) [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.144>

РАЗВИТИЕ ДАКТИЛОСКОПИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Научная статья

Мохоров Д.А.¹, Демидов В.П.², Мохорова А.Ю.^{3,*}, Долженкова Е.⁴

¹ ORCID: 0000-0001-9771-1391;

² ORCID: 0000-0002-9743-2672;

³ ORCID: 0000-0001-9161-6959;

⁴ ORCID: 0000-0003-0261-763X;

^{1, 2, 3, 4} Высшая школа юриспруденции и судебно-технической экспертизы Санкт-Петербургского государственного политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия

* Корреспондирующий автор (mokhorova[at]list.ru)

Аннотация

Современное развитие и положение науки и техники отражается и на развитии дактилоскопических технологий. Современные разработки, безусловно, опираются на основы, созданные предшественниками современных ученых и исследователей. Применяя исторический метод исследования, рассматривается развитие дактилоскопических технологий. Одновременно применяются методы сравнения и анализа подходов естественно-научных дисциплин при идентификации следов преступления. А также научно-прикладной подход для изучения определенных следов преступления. Применяя данные методы, выявляется зависимость между современными достижениями науки и современными технологиями в дактилоскопии, которые основаны на применении различных приемов дактилоскопирования, а также молекулярно-генных технологиях.

Ключевые слова: криминалистика, технологии криминалистики, дактилоскопия, порокопия, ДНК-профиль.

DEVELOPMENT OF FINGERPRINT TECHNOLOGIES

Research article

Mokhorov D.A.¹, Demidov V.P.², Mokhorova A.Yu.^{3,*}, Dolzhenkova E.⁴

¹ ORCID: 0000-0001-9771-1391;

² ORCID: 0000-0002-9743-2672;

³ ORCID: 0000-0001-9161-6959;

⁴ ORCID: 0000-0003-0261-763X;

^{1, 2, 3, 4} Higher School of Jurisprudence and Forensic Technical Expertise of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia

* Corresponding author (mokhorova[at]list.ru)

Abstract

The current developments in science and technology are reflected in the development of fingerprint technologies. Undoubtedly, modern developments are based on the foundations created by the predecessors of modern scientists and researchers. The article examines the development of fingerprint technologies while applying the historical method of research. At the same time, methods of comparison and analysis of approaches of natural science disciplines are used to identify traces of a crime, including scientific and applied approaches for studying certain traces. Applying these methods determines the dependence between modern scientific achievements and modern technologies in fingerprinting, which are based on the use of various methods of fingerprinting as well as molecular gene technologies.

Keywords: criminalistics, technologies of criminalistics, fingerprinting, poroscopy, DNA profile.

Введение

Развитие науки и техники ведет к проникновению инноваций во все сферы общественной жизнедеятельности, в том числе и в криминалистические исследования. Криминалистические технологии как необходимый элемент успешной работы органов правопорядка в противодействии разнообразным преступным посягательствам, нарушающим права и свободы граждан, интересы государства воспринимают влияние достижений естественных наук, процесса цифровизации, и переходят в новый этап своего развития.

При проведении исследования используется исторический метод в рамках ретроспективы развития криминалистики; сравнивается и анализируется применение различных подходов естественно-научных дисциплин при идентификации следов преступления. Научно-прикладной подход используется при исследовании конкретных носителей следов общественно опасного деяния.

Криминалистика как научная дисциплина представляет целый комплекс конкретных приемов и способов для изучения и фиксации следов преступной деятельности в практической жизни. Так как в настоящее время любая научная дисциплина испытывает существенное влияние со стороны современных информационных технологий, криминалистические исследования также включают в себя все обширный спектр новых технологических приемов и способов, позволяющих однозначно, с высокой степенью достоверности закреплять конкретные следы разнообразных общественно-опасных посягательств как на жизнь и здоровье человека, на имущество членов общества, так и на безопасность государства в целом в различных сферах [1], [2].

Новые проблемы, возникающие в области криминалистики, связаны не только с развитием новейших технологических систем, но и с тем, что представители преступных сообществ широко используют в своей практической противоправной деятельности самые разнообразные технические средства и приемы, позволяющие им достичь ощутимых конкретных противоправных результатов [3], [4]. Криминалистика не может оставаться в стороне

от столь явственных преобразований, отражающих новые тенденции преступных посягательств.

Отвечая на столь определённые вызовы со стороны преступных элементов, криминалистика, как научная и, во многом, прикладная отрасль знания, разрабатывает систему технологических подходов, позволяющих достаточно точно и однозначно определять наличие следов преступной деятельности на различных носителях, в местах совершения преступления, в цифровом пространстве современного общества.

Основной текст

Технологии криминалистических исследований, представляя собой логически обоснованную последовательность действий, проводимых в местах совершения преступлений, а так же по изучению вещественных доказательств, которые изымаются работниками следственных органов в процессе расследования различных видов общественно-опасных деяний, предоставляют возможность с высокой степенью однозначности установить связь с материальными следами преступной деятельности и конкретными фактами, характеризующими поведение преступников в местах совершения общественно-опасных деяний или во временные периоды, следующие за моментами совершения преступных посягательств.

Рассматривая вопросы криминалистических технологий, следует точно обозначить, что является сущностью данного понятия [5], [6]. В данной статье технологию криминалистики следует охарактеризовать как необходимый и действенный набор приемов и способов получения и изучения следов преступной деятельности, определяющих причастность конкретного физического лица к совершению того или иного преступления в той или иной сфере существования человеческого общества.

Технологию криминалистики можно представить как процесс комплексного сбора вещественных доказательств, их закрепление в уголовно-процессуальных документах, реализуемых в ходе расследования преступных деяний, дальнейшее последовательное проведение судебно-криминалистических экспертиз с широким использованием разнообразных технических средств и применение передовых научных методик, позволяющих с высокой степенью достоверности установить объективные обстоятельства, в полной мере характеризующие сущностные элементы преступных посягательств.

Технологии криминалистических исследований, включая в себя действия оперативно-розыскных служб на месте совершения преступления, непосредственный сбор доказательств, процессуальные мероприятия следственных органов и производство судебно-криминалистических экспертиз, опирающихся на применение научно-технических средств и новых разработок, позволяют правоохранительным органам составить полную картину преступного деяния и предоставляют возможность судебным органам оценить, исходя из требований уголовного законодательства, степень общественной опасности преступных посягательств и установить непосредственную причастность конкретных лиц к совершению преступлений.

Анализируя технологии современной криминалистики, можно выделить различные направления применения передовых приемов, способов и технических средств со стороны работников оперативно – розыскных подразделений, следователей и специалистов, непосредственно исследующих представленные доказательственные материалы в процессе проведения криминалистических экспертиз. При этом необходимо отметить, что, как правило, технологии конкретных криминалистических исследований базируются на традиционных, давно разработанных приемах и методах, применяемых длительное время оперативно-розыскными службами, следователями и учреждениями судебно-технических экспертиз.

Например, одним из детально-разработанных способов криминалистики является дактилоскопия, позволяющая на основе отпечатков пальцев рук установить с очень высокой степенью достоверности причастность конкретного лица к совершению преступного деяния. Но, следует сказать, что успешное дактилоскопирование всегда в значительной степени зависит от особенностей материальных носителей преступной деятельности, на которых оставлены следы.

Дактилоскопия, как одно из направлений криминалистических исследований, получила свою известность несколько тысяч лет назад в различных формах и наиболее успешно применение дактилоскопических методов осуществляется с середины 19 столетия, когда ученые-криминалисты стали создавать картотеки отпечатков пальцев преступников, что существенно повлияло на возможности идентификации личности по следам, оставленным на месте преступления [7], [8]. В процессе развития дактилоскопии, ее результаты в начале XX столетия, стали использоваться в качестве объективного доказательства в совершении преступления, что позволило успешно расследовать целый ряд преступных деяний.

В этом направлении применение новых методик и средств дактилоскопии в последний период времени позволило существенно расширить круг объектов, на которых можно со значительной степенью достоверности определить отпечатки пальцев рук конкретного лица, в зависимости от технической характеристики исследуемого объекта. То есть, возможно, собрать более обширные данные о лицах, причастных к преступному деянию. Так, современные способы дактилоскопии создают возможность фиксировать отпечатки пальцев преступников на более неровных поверхностях и различных полимерных носителях [9].

Использование специализированных компонентов, то есть реагентов, применяемых для физико-химического обнаружения следов пальцев, создает возможность для высококачественной идентификации личности, причастной к совершению преступного деяния. Кроме того, эти реагенты расширяют круг объектов, на которых можно достоверно выявить следы рук, определенного человека. К ним относятся: огнестрельное оружие, электротехнические приборы, кабели и т.п.

Так же следует выделить такой важный компонент, применяемый в настоящее время в дактилоскопии как флуоресцентные порошки. Их использование приводит к достаточно эффективному выявлению, закреплению и последующему исследованию следов рук на специфических поверхностях материальных носителей, которые обладают своеобразными контрастно-люминесцентными свойствами [10], [11].

В современной дактилоскопии эффективно применяются различные автоматические цифровые системы, которые

способствуют фиксации, обработке и повышению качества изображений следов [12]. Данные передовые информационные системы содержат в себе обширные массивы сведений о конкретных лицах, ранее совершавших преступное посягательство, как в отдельном регионе, так и в государстве в целом. Это обстоятельство имеет важное значение для стран с большим количеством населения.

Необходимо отметить в качестве одного из развивающихся направлений дактилоскопических исследований – пороскопию. Указанный вид криминалистических технологий предоставляет специалистам судебно-криминалистических учреждений определить следы конкретной преступной деятельности при отсутствии достаточно полных отпечатков пальцев рук на орудиях преступлений и предметах, изъятых с мест происшествий. Эта технология в значительной степени дополняет традиционные приемы дактилоскопических исследований, и, используя передовые разработки научных дисциплин, имеющих конкретный прикладной характер, способствует выявлению достоверных данных о лицах, имеющих отношение к совершению преступного деяния. То есть отсутствие детальных следов рук на различных вещественных носителях не является препятствием для установления объективной связи определенного физического лица с преступными посягательствами [13].

Развитие дактилоскопии в современный период времени базируется на широком применении наиболее передовых методов и способов, позволяющих идентифицировать следы рук на разнообразных материальных носителях, а использование компьютерных систем предоставляет широкую возможность работникам правоохранительных органов и специалистам криминалистических лабораторий определить, кто совершил преступление и представить неоспоримые доказательства в судебные органы для установления объективной истины по делу.

Следует отметить, что результаты дактилоскопических исследований являются не только необходимым элементом установления личности преступника, но и используются в качестве существенного обстоятельства для идентификации личности при совершении операций в сфере государственного управления (секретной информации, баз данных), а также в повседневной жизнедеятельности населения (например, доступ к банковским ячейкам).

В настоящее время в криминалистических исследованиях массово используются для идентификации лиц, причастных к совершению общественно опасных деяний, материалы биологического происхождения, на базе которых проводятся молекулярно-генные экспертизы, базирующиеся на уникальности наборов ДНК человека. Данные генетические исследования опираются на образцы крови, пота, слюны, волос и семенных материалов, которые специалисты могут взять на местах совершения преступления, орудиях преступных деяний, одежде и обуви подозреваемых лиц.

В конце 20 - начале 21 столетия были разработаны методики генетических экспертиз, позволяющих с абсолютной точностью установить была ли конкретная личность на месте совершения преступных посягательств и выяснить, не является ли орудие, изъятые при осмотре места происшествия, тем инструментом, с помощью которого совершено конкретное преступление. Немаловажно, что носители генной информации могут сохраняться на различных предметах, в том числе на обуви и одежде длительное время, что значительно расширяет возможности проведения генно-молекулярных исследований при установлении причастности тех или иных лиц к преступным деяниям [14], [15].

Последние несколько десятилетий в развитых странах Европы и Северной Америки созданы обширные банки данных, содержащие генетические профили миллионов человек, что создает устойчивые платформы для сравнительного сопоставления ДНК-профилей, изъятых во время криминалистических действий с аналогичными образцами, имеющимися в хранилищах указанной генной информации. Так по последним данным в национальной ведомственной базе данных ДНК правоохранительных органов США в настоящее время зарегистрировано около 18 млн. профилей, а в Великобритании – более 6 млн. профилей. Для сравнения, в Российской Федерации объем ДНК-профилей, имеющихся в распоряжении правоохранительных органов составляет всего около 600 000 [16].

В соответствии с федеральным законом РФ от 3 декабря 2008г. №242-ФЗ «О государственной геномной регистрации в Российской Федерации» в нашей стране созданы необходимые правовые основы для расширения банка данных ДНК-профилей. Согласно законодательству, в РФ процедуре обязательно геномной регистрации подлежат те лица, которые совершили тяжкие и особо тяжкие преступления, или подтверждена их причастность к совершению преступных посягательств сексуальной направленности. Кроме того, законодательно закреплено то, что при осмотрах мест происшествия, а также при изъятии орудий преступной деятельности фиксируются и заносятся в базы данных правоохранительных органов результаты генных исследований, в которых содержатся ДНК-профили неустановленных лиц, что позволяет в дальнейшем, при совершении аналогичных общественно-опасных деяний конкретными людьми установить их связь с преступлениями сходного характера, совершенными ранее. Данные обстоятельства служат увеличению эффективности действий органов правопорядка по пресечению преступной деятельности.

В криминалистических исследованиях существенное значение имеет факт изъятия биологических материалов, содержащих ДНК-профили с неопознанных трупов, так как это создает необходимые условия для выявления личности потерпевших и предоставления актуальной информации о погибших родственникам, заинтересованным лицам и органам государственной власти.

ДНК-профили, полученные в ходе криминалистических исследований имеют существенное значение для осуществления реальной идентификации родственных связей между родителями и детьми, и иными родственниками. Так для безусловного установления факта отцовства в процессе рассмотрения гражданских дел в судах сейчас все более часто применяют проведение генетической экспертизы. В значительной степени ее осуществление затруднено тем, что стоимость проведения таких исследований составляет в Российской Федерации несколько десятков тысяч рублей, что объективно сужает возможности заинтересованных лиц в проведении указанного криминалистического исследования.

ДНК-профили как в России, так и в других странах, все более массово используются в процессе разрешения дел о наследовании, что позитивно отражается на установлении безусловных оснований для разрешения имущественных споров. Кроме того, генно-молекулярные экспертизы проводятся в рамках дел генеалогической направленности, то

есть гражданин государства, проявляя заинтересованность в установлении своих генеалогических корней, имеет возможность, используя материалы генетических экспертиз, со значительной степенью точности установить свою родословную.

В 21 столетии развитие геном-технологий формирует предпосылки для создания эскизов изображения лиц по результатам ДНК-исследований, что открывает новые возможности в деле идентификации личностей, в той или иной мере причастных к совершению преступных посягательств. Применение указанных новейших криминалистических технологий должно быть объективно связано с такими традиционными источниками информации как показания свидетелей и очевидцев, которые получают представители оперативно-розыскных служб и следователи в период непосредственно после совершения преступных деяний. То есть сопоставление разнообразных данных, полученных при осмотрах места происшествия и допросах лиц, находившихся в непосредственной близости от их совершения и сведений, которые являются результатами сложнейших современных криминалистических экспертиз, предоставляет следственным органам актуальную информацию с высокой степенью достоверности подтверждающую непосредственную связь конкретного человека с совершенным преступным посягательством.

Учитывая совершенствование способов изъятия и исследования биологических материалов с их носителей, можно отметить, что в дальнейшем в рамках борьбы с преступными деяниями, установление объективных связей между участниками гражданских дел и выяснение конкретных обстоятельств административных правонарушений, ДНК-экспертизы будут играть все более весомую роль в виду их объективной достоверности.

Заключение

Таким образом, в настоящее время технология криминалистики испытывает существенное влияние со стороны прикладных научных дисциплин вследствие быстрого развития различных направлений научной деятельности. Сейчас в криминалистических исследованиях все более полно используются результаты достижений конкретных наук, что позволяет повысить эффективность борьбы с преступностью и использовать новые средства, методы и способы, свойственные другим направлениям научно-технической мысли. В рамках криминалистической технологии нашли свое место передовые приемы дактилоскопирования на разнообразных предметах и орудиях, что существенно расширило возможности идентификации личности преступных элементов и позволило значительно увеличить информационную базу данных следов лиц, склонных к преступным посягательствам.

Современную криминалистику нельзя представить без использования молекулярно-генных технологий. ДНК-профили заняли существенное место в определении конкретной категории людей, которые могут совершать преступные действия и сведения о них содержатся в обширных банках данных, определяющих круг лиц, ранее совершавших тяжкие и особо тяжкие преступления, а также преступные посягательства в отношении половой неприкосновенности личности.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Хайрусов Д.С. Портретная экспертиза / Д.С. Хайрусов // Технологии в инфосфере. – 2021. – Т. 2. – № 2(3). – С. 54-67. – DOI 10.48417/technolang.2021.02.05.
2. Телятицкая Т.В. Использование цифровой фотографии на местах происшествия при производстве судебных экспертиз / Т.В. Телятицкая // Технологии в инфосфере. – 2021. – Т. 2. – № 2(3). – С. 68-76.
3. Осипенко А.Л. Организованная преступная деятельность в киберпространстве: тенденции и противодействие / А.Л. Осипенко // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. – 2017. – №. 4 (40). – С.181-188.
4. Номоконов В.А. Киберпреступность как новая криминальная угроза / В.А. Номоконов, Т.Л. Тропина // Криминология: вчера, сегодня, завтра. – 2012. – №. 24. – С.45-55.
5. Дяблова Ю.Л. К вопросу о понятии технологии в криминалистике / Ю.Л. Дяблова // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2009. – №2-2.
6. Дмитриева Т.Ф. Понятие тактико-криминалистических технологий следственного действия / Т.Ф. Дмитриева // ББК Х628я431 А 437. – 2016. – С. 176.
7. Авраменко О.И. История развития дактилоскопии как метода идентификации личности и ее современное состояние в России / О.И. Авраменко // Концепт. – 2019. – №. 11.
8. Ашихмина Д.Ю. История дактилоскопической экспертизы и дактилоскопии в целом / Д.Ю. Ашихмина // World science: problems and innovations. – 2018. – С. 209-211.
9. Часовской Ю.П. Возможности изъятия следов кожного покрова человека с рельефных поверхностей / Ю.П. Часовской // Обеспечение прав и законных интересов граждан в деятельности органов предварительного расследования. – 2017. – С. 251-253.
10. Лантух Э.В. Выявление сокрытия преступлений с использованием криминалистических средств / Э.В. Лантух // Криминалистика-наука без границ: традиции и новации. – 2019. – С. 126-128.
11. Латышов И.В. Актуальные вопросы выявления потожировых следов рук на поверхности стреляных гильз / И.В. Латышов // Актуальные проблемы криминалистики и судебной экспертизы. – 2019. – С. 58-61.
12. Азматова Э.Р. Использование информационных технологий в предварительном исследовании дактилоскопических следов / Э.Р. Азматова // Норма. Закон. Законодательство. Право. – 2020. – С. 448-451.
13. Мирошникова О.О. Современные возможности исследования следов рук / О.О. Мирошникова // Теоретико-прикладные вопросы развития досудебного производства по уголовным делам на современном этапе: Сборник статей международной научно-практической конференции: в 2-х томах, Новополюцк, 26–27 сентября 2019 года / Полоцкий

государственный университет. – Новополоцк: Учреждение образования «Полоцкий государственный университет» Установа адукацыі "Полацкі дзяржаўны ўніверсітэт". – 2019. – С. 203-214.

14. Бородулин В.Б. Применение молекулярно-генетических методов в раскрытии преступлений / В.Б. Бородулин, М.П. Родионова // Информационная безопасность регионов. – 2010. – №. 2.

15. Мамурков В.А. Современные методы криминалистической идентификации биологических следов в расследовании преступлений / В.А. Мамурков // Российское право: образование, практика, наука. – 2018. – №. 6 (108).

16. Аминев Ф.Г. Об организационном аспекте современной технологии всеобщей ДНК-регистрации граждан / Ф.Г. Аминев, В.А. Анисимов // Правовое государство: теория и практика. – 2020. – №. 2 (60).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Khairusov D.S. Portretnaya ekspertiza [Portrait examination] / D.S. Khairusov // Tekhnologii v infosfere [Technologies in the infosphere]. – 2021. – V. 2. – №. 2 (3). – P. 54-67. – DOI 10.48417/technolang.2021.02.05. [in Russian]

2. Telyatitskaya T.V. Ispol'zovaniye tsifrovoy fotografii na mestakh proisshestviya pri proizvodstve sudebnykh ekspertiz [The use of digital photography at the scene of the incident in the production of forensic examinations] / T.V. Telyatitskaya // Tekhnologii v infosfere [Technologies in the infosphere]. – 2021. – V. 2. – №. 2(3). – P. 68-76. [in Russian]

3. Osipenko A.L. Organizovannaya prestupnaya deyatel'nost' v kiberprostranstve: tendentsii i protivodeystviye [Organized Criminal Activity in Cyberspace: Trends and Counteraction] / A.L. Osipenko // Yuridicheskaya nauka i praktika: Vestnik Nizhegorodskoy akademii MVD Rossii [Legal Science and Practice: Bulletin of the Nizhny Novgorod Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia]. – 2017. – №. 4 (40). – P.181-188. [in Russian]

4. Nomokonov V.A. Kiberprestupnost' kak novaya kriminal'naya ugroza [Cybercrime as a new criminal threat] / V.A. Nomokonov, T.L. Tropina // Kriminologiya: vchera, segodnya, zavtra [Criminology: yesterday, today, tomorrow]. – 2012. – №. 24. – P.45-55. [in Russian]

5. Dyablova Yu.L. K voprosu o ponyatii tekhnologii v kriminalistike [On the question of the concept of technology in forensic science] / Yu.L. Dyablova // K voprosu o ponyatii tekhnologii v kriminalistike [Bulletin of TulSU. Economic and legal sciences]. – 2009. – №2-2. [in Russian]

6. Dmitrieva T.F. Ponyatiye taktiko-kriminalisticheskikh tekhnologiy sledstvennogo deystviya [The concept of tactical and forensic technologies of investigative action] / T.F. Dmitrieva // BBK KH628ya431 A 437 [BBK X628ya431 A 437]. – 2016. – P. 176. [in Russian]

7. Avramenko O.I. Istoriya razvitiya daktiloskopii kak metoda identifikatsii lichnosti i yeye sovremennoye sostoyaniye v Rossii [The history of the development of fingerprinting as a method of personality identification and its current state in Russia] / O.I. Avramenko // Kontsept [Concept]. – 2019. – №. 11. [in Russian]

8. Ashikhmina D.Yu. Istoriya daktiloskopicheskoy ekspertizy i daktiloskopii v tselom [History of fingerprinting examination and fingerprinting in general] / D.Yu. Ashikhmina // World science: problems and innovations [World science: problems and innovations]. – 2018. – P. 209-211. [in Russian]

9. Chasovskaya Yu.P. Vozmozhnosti iz'yatiya sledov kozhnogo pokrova cheloveka s rel'yefnykh poverkhnostey [Possibilities of removing traces of human skin from relief surfaces] / Yu.P. Chasovsky // Obespecheniye prav i zakonnykh interesov grazhdan v deyatel'nosti organov predvaritel'nogo rassledovaniya [Ensuring the rights and legitimate interests of citizens in the activities of the preliminary investigation bodies]. – 2017. – P. 251-253. [in Russian]

10. Lantukh E.V. Vyyavleniye sokrytiya prestupleniy s ispol'zovaniyem kriminalisticheskikh sredstv [Revealing concealment of crimes using forensic means] / E.V. Lantukh // Kriminalistika-nauka bez granits: traditsii i novatsii [Forensic Science without Borders: Traditions and Innovations]. – 2019. – P. 126-128. [in Russian]

11. I.V. Latyshov Aktual'nyye voprosy vyyavleniya potozhirovnykh sledov ruk na poverkhnosti strelyanykh gil'z [Topical issues of identifying sweat marks of hands on the surface of spent cartridges] / I.V. Latyshov // Aktual'nyye problemy kriminalistiki i sudebnoy ekspertizy [Actual problems of forensic science and forensic examination]. – 2019. – P. 58-61. [in Russian]

12. Azmatova E.R. Ispol'zovaniye informatsionnykh tekhnologiy v predvaritel'nom issledovanii daktiloskopicheskikh sledov [The use of information technologies in the preliminary study of fingerprints] / E.R. Azmatova // Norma. Zakon. Zakonodatel'stvo. Pravo [Norm. Law. Legislation. Right]. – 2020. – P. 448-451. [in Russian]

13. Miroshnikova O.O. Sovremennyye vozmozhnosti issledovaniya sledov ruk [Modern opportunities for the study of handprints] / O.O. Miroshnikova // Teoretiko-prikladnyye voprosy razvitiya dosudebnogo proizvodstva po ugolovnym delam na sovremennom etape: Sbornik statey mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Novopolotsk, 26–27 sentyabrya 2019 goda [Theoretical and applied issues of the development of pre-trial proceedings in criminal cases at the present stage: Collection of articles of the international scientific and practical conference: in 2 volumes, Novopolotsk, September 26-27, 2019 / Polotsk State University]. - Novopolotsk: Educational institution "Polotsk State University". – 2019. – P. 203-214. [in Russian]

14. Borodulin V.B. Primeneniye molekulyarno-geneticheskikh metodov v raskrytii prestupleniy [Application of molecular genetic methods in solving crimes] / V.B. Borodulin, M.P. Rodionova // Informatsionnaya bezopasnost' regionov [Information security of the regions]. – 2010. – №. 2. [in Russian]

15. Mamurkov V.A. Sovremennyye metody kriminalisticheskoy identifikatsii biologicheskikh sledov v rassledovanii prestupleniy [Modern methods of forensic identification of biological traces in the investigation of crimes] / V.A. Mamurkov // Rossiyskoye pravo: obrazovaniye, praktika, nauka [Russian law: education, practice, science]. – 2018. – №. 6 (108). [in Russian]

16. Aminev F.G. Ob organizatsionnom aspekte sovremennoy tekhnologii vseobshchey DNK-registratsii grazhdan [On the organizational aspect of modern technology of universal DNA registration of citizens] / F.G. Aminev, V.A. Anisimov // Pravovoye gosudarstvo: teoriya i praktika [Legal state: theory and practice]. – 2020. – №. 2 (60). [in Russian]

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.145>

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРОКУРОРА С РЕЗИДЕНТАМИ ТЕРРИТОРИЙ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В АДМИНИСТРАТИВНО-ЮРИСДИКЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

Научная статья

Семёнова О.Е.^{1,*}, Степенко В.Е.²

^{1,2} Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, Россия

* Корреспондирующий автор (semyonova-90[at]bk.ru)

Аннотация

Статья содержит информацию об особом статусе резидентов территорий опережающего социально-экономического развития, типичных нарушениях, допускаемых таможенными органами при привлечении резидентов к административной ответственности, а также о роли прокурора в сфере соблюдения прав резидентов территорий опережающего социально-экономического развития в административно-юрисдикционном процессе. Автором приведены примеры положительной правоприменительной практики в Камчатском крае (на примере надзорной деятельности Камчатской транспортной прокуратуры) в сфере привлечения резидентов указанных зон к административной ответственности, восстановления их прав при вынесении незаконных постановлений по делам об административных правонарушениях.

Ключевые слова: ответственность, административное правонарушение, прокурор, резидент территорий опережающего социально-экономического развития.

INTERACTION OF THE PROSECUTOR WITH RESIDENTS OF ADVANCED SPECIAL ECONOMIC ZONES IN THE ADMINISTRATIVE AND JURISDICTIONAL PROCESS

Research article

Semyonova O.E.^{1,*}, Stepenko V.E.³

^{1,2} Pacific National University, Petropavlovsk-Kamchatsky, Russia

* Corresponding author (semyonova-90[at]bk.ru)

Abstract

The article contains information about the special status of residents of advanced special economic zones, typical violations committed by customs authorities when bringing residents to administrative responsibility, as well as about the role of the prosecutor in the field of compliance with the rights of residents of advanced special economic zones in the administrative and jurisdictional process. The author provides examples of positive law enforcement practice in Kamchatka Krai (based on the supervisory activity of the Kamchatka Transport Prosecutor's Office) in the field of bringing residents of these zones to administrative responsibility, restoring their rights when making illegal decisions in cases of administrative offenses.

Keywords: responsibility, administrative offense, prosecutor, resident of advanced special economic zones.

В современных условиях правовое развитие России непрерывно связано разработкой механизмов по защите прав граждан. В структуре правового администрирования государственной власти важным институтом является прокуратура, которой законодатель делегировал важные функции по правовой защите. При этом особо актуальным является обеспечение реализации компетенции прокурора в административно-деликтной сфере, поскольку данная сфера охватывает массивный пласт правоотношений между властью и гражданами, в том числе занимающимися предпринимательской деятельностью, которая чем эффективной будет развиваться, тем лучше станет благосостояние граждан России, крепче экономика государства.

Согласно действующему Кодексу Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) прокурору делегировано непосредственное участие в производстве по делам об административных правонарушениях, поскольку лишь прокурор без ограничений уполномочен на возбуждение таких дел. Анализ норм КоАП РФ показывает, что компетенции прокурора по возбуждению дел об административных правонарушениях предопределены целями административного преследования, а также надзора за соблюдением Конституции и исполнением законов Российской Федерации.

В 2015 году со вступлением в законную силу Федерального закона от 29.12.2014 № 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» в нашей стране появились территории с особым экономическим статусом и рядом государственных гарантий. Основной целью создания данных территорий явилось предоставление на территории опережающего развития конкурентоспособных условий для реализации и ведения различных видов бизнеса и инфраструктуры.

Статьей 2 вышеуказанного Федерального закона введено новое понятие - резидент территории опережающего социально-экономического развития, то есть индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, которые в установленном законом порядке зарегистрированы на территории опережающего социально-экономического развития (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), заключившие соглашение об осуществлении деятельности на территории опережающего социально-экономического развития и включенные в реестр резидентов такой территории [4].

Соответственно у прокуроров появилась новая, сфера – надзор за соблюдением требований законодательства на территориях опережающего социально-экономического развития, в том числе при привлечении резидентов данных территорий к административной ответственности [7].

За прошедшее время, предприниматели достаточно активно используют излагаемый в статье режим, так как, безусловно, он более благоприятен для осуществления их деятельности, но в ходе своей работы нарушают требования законодательства, вследствие чего привлекаются к ответственности.

Резидентам территорий опережающего социально-экономического развития, как лицам, реализующим инвестиционную деятельность с целью развития экономики отдельного региона и государства в целом, законодательством установлены государственные преференции в налоговой сфере, при приобретении прав на земельные участки и иное имущество, а также при проведении контрольных и надзорных проверок.

В данной статье мы рассмотрим вопросы привлечения резидентов территорий опережающего социально-экономического развития Камчатского края, а также типичные ошибки контролирующих органов, допускаемые при привлечении их к административной ответственности, на примере надзорной деятельности Камчатской транспортной прокуратуры Дальневосточной транспортной прокуратуры.

Поскольку эффективное функционирование территорий опережающего социально-экономического развития имеет особое значение для экономики страны, вопрос соблюдения прав резидентов вошел в перечень приоритетных в деятельности прокуратуры.

Так, Камчатской транспортной прокуратурой в целях своевременного выявления нарушений в данной сфере правоотношений организован мониторинг состояния законности и соблюдения прав предпринимателей, налажено взаимодействие с контролирующими и правоохранительными органами, а также органами государственной власти и местного самоуправления, хозяйствующими субъектами, что позволяет своевременно реагировать на нарушения прав резидентов территорий опережающего социально-экономического развития, в том числе в сфере административной практики.

Справочно: в 2020 году одними из типичных нарушений прав резидентов при привлечении их к административной ответственности явились факты волокиты, вследствие чего дела об административных правонарушениях возбуждались по истечению срока давности и допущенное резидентом нарушение оставалось без соответствующего реагирования, что безусловно не способствовало в дальнейшем формированию у резидентов правильной правовой позиции относительно соблюдения требований административного кодекса [8].

Кроме того, некачественное изучение материалов дел об административных правонарушениях, являлось причиной вынесения наказаний с нарушением закона.

Однако вследствие упомянутого выше взаимодействия прокуратуры с государственными органами, позволило выявить указанные нарушения закона и опротестовать противоречащие требованиям Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановления таможенного органа (далее - таможни).

В частности, сотрудники таможни, осуществляя контроль за своевременностью подачи резидентом статистических форм учета перемещения товаров, выявили нарушения законодательства, однако возбудили дела об административных правонарушениях и привлекли резидента к ответственности по части 1 статьи 19.7.13 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях когда сроки давности истекли, нарушив права предпринимателя, осуществляющего деятельность на территории с особым социально-экономическим статусом, что, безусловно, явилось основанием для вмешательства прокурора в административный процесс [3].

Незаконные постановления по делам об административных правонарушениях прокурором опротестованы. Судом протесты были удовлетворены, права резидента восстановлены в полном объеме.

Кроме того, некачественное изучение обстоятельств ряда дел об административных правонарушениях стало причиной вынесения незаконного решения по делу.

К примеру, должностными лицами таможни при назначении наказания резиденту, представившему отчетность, в которой отсутствовали сведения о товарах, помещенных под таможенную процедуру свободной таможенной зоны, не учтены факты наличия при совершении правонарушения обстоятельств, отягчающих административную ответственность, а именно повторного совершения однородного правонарушения. Некачественное рассмотрение дел об административных правонарушениях было выявлено прокурором, противоречащие закону постановления опротестованы в суде. Дела возвращены на новое рассмотрение для устранения допущенных нарушений.

Подводя итог вышесказанному, хочется отметить, что активная позиция прокурора в рамках надзорной деятельности позволяет своевременно реагировать на нарушения прав резидентов территорий с особым социально-экономическим статусом, добиваться справедливости при их привлечении к административной ответственности, а также восстанавливать их права при вынесении незаконных постановлений по делам об административных правонарушениях.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Конституция Российской Федерации 1993 г.
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях // Правовая система «Консультант Плюс».
3. Федеральный закон 17.01.1992 № 2202-1 «О прокуратуре Российской Федерации» // Правовая система «Консультант Плюс».
4. Федеральный закон от 29.12.2014 № 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» // Правовая система «Консультант Плюс».
5. Винокуров К. Вынесение прокурором постановления о возбуждении производства по делу об административном правонарушении / К. Винокуров // Законность. 2018. № 7. С. 13—16.

6. Винокуров К. Ю. Прокурорский надзор за законностью решений, принимаемых органами административной юрисдикции (проблемы реализации норм Кодекса РФ об административных правонарушениях) / К. Ю. Винокуров. М., 2019. С. 53.

7. Винокуров А. Ю. Административное преследование как функция прокуратуры Российской Федерации / А. Ю. Винокуров // Административное и муниципальное право. 2019. № 5. С. 52—56.

8. Гальченко А. И. Возбуждение прокурором дел об административных правонарушениях / А. И. Гальченко // Законность. 2018. № 6. С. 20—25.

9. Приходько И.А. Доступность правосудия в арбитражном и гражданском процессе: основные проблемы / И.А. Приходько. СПб., 2019. 672 с.

10. Официальный сайт Арбитражного суда РФ. [Электронный ресурс]. URL: <https://kad.arbitr.ru/> (дата обращения: 12.06.2021)

Список литературы на английском языке / References in English

1. The Constitution of the Russian Federation of 1993.

2. Kodeks Rossijskoj Federacii ob administrativnykh pravonarushenijakh [The Code of Administrative Offences of the Russian Federation] // Computer-assisted legal research "Consultant Plus".

3. Federal'nyj zakon 17.01.1992 № 2202-1 «O prokurature Rossijskoj Federacii» [Federal Law No. 2202-1 "On the Prosecutor's Office of the Russian Federation" on 17.01.1992] // Computer-assisted legal research "Consultant Plus" [in Russian]

4. Federal'nyj zakon ot 29.12.2014 № 473-FZ «O territorijakh operezhajushhego social'no-ehkonomicheskogo razvitija v Rossijskoj Federacii» [Federal Law No. 473-FZ of 29.12.2014 "On territories of advanced socio-economic development in the Russian Federation"] // Computer-assisted legal research "Consultant Plus" [in Russian]

5. Vinokurov K. Vynesenie prokurorom postanovlenija o возбуждении производства по делу об административном правонарушении [The prosecutor's decision to initiate proceedings on an administrative offense] / K. Vinokurov / Zakonnost Journal. 2018. № 7, pp. 13-16 [in Russian]

6. Vinokurov K. Yu. Prokurorskiy nadzor za zakonnost'ju reshenij, prinimaemykh organami administrativnoj jurisdikcii (problemy realizacii norm Kodeksa RF ob administrativnykh pravonarushenijakh) [Prosecutor's supervision over the legality of decisions taken by bodies of administrative jurisdiction (problems of implementation of the norms of the Code of Administrative Offences of the Russian Federation)] / K. Yu. Vinokurov. Moscow, 2019. p. 53 [in Russian]

7. Vinokurov A. Yu. Administrativnoe presledovanie kak funkciya prokuratury Rossijskoj Federacii [Administrative prosecution as a function of the Prosecutor's Office of the Russian Federation] / A. Yu. Vinokurov / Administrativnoe i municipal'noe pravo [Administrative and Municipal Law]. 2019. № 5, pp. 52-56 [in Russian]

8. Galchenko A. I. Vozbuzhdenie prokurorom del ob administrativnykh pravonarushenijakh [Initiation of cases of administrative offenses by the prosecutor] / A. I. Galchenko / Zakonnost Journal. 2018. № 6, pp. 20-25 [in Russian]

9. Prihodko I. A. Dostupnost' pravosudija v arbitrazhnom i grazhdanskom processe: osnovnye problemy [Accessibility of justice in arbitration and civil proceedings: key problems] / I. A. Prihodko. St. Petersburg, 2019. 672 p. [in Russian]

10. The official website of the Arbitration Court of the Russian Federation. [Electronic resource]. URL: <https://kad.arbitr.ru/> (accessed: 12.06.2021)

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.110.8.146>

ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»: ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Научная статья

Суркова О.Е.*

ORCID: 0000-0001-8562-8822,

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия

* Корреспондирующий автор (Olga.surkova[at]icloud.com)

Аннотация

Проблема правового регулирования правил проведения предвыборной агитации в сети «Интернет» сегодня находится в центре внимания как российских, так и зарубежных теоретиков, практиков и законодателей. В представленной статье освещаются новеллы российского законодательства, регулирующие порядок проведения интернет – агитации.

Автор обращает внимание на проблемы, связанные с применением интернет -технологий в период проведения избирательных кампаний, а также, на основе анализа действующего законодательства выявляет пробелы в правовом регулировании данной сферы правоотношений.

Ставится вопрос о необходимости совершенствования правового регулирования использования новых технологий в предвыборной агитации.

Ключевые слова: предвыборная агитация, интернет – технологии, сетевые издания, блогосферы, новостные агрегаторы, и аудиовизуальные сервисы.

ONLINE ELECTION CAMPAIGNING: PROBLEMS OF LEGAL REGULATION

Research article

Surkova O.E.*

ORCID: 0000-0001-8562-8822,

Samara State University of Economics, Samara, Russia

* Corresponding author (Olga.surkova[at]icloud.com)

Abstract

The issue of legal regulation in online election campaigning is the main focus of both Russian and foreign theorists, practitioners and legislators. The article highlights new additions to the Russian legislation that pertain to regulating the procedure for online campaigning.

The author of the article draws attention to the problems associated with the use of Internet technologies during election campaigns as well as identifies gaps in the legal regulation of this sphere of legal relations based on the analysis of the current legislation.

Also, the article raises the issue of the need to improve the legal regulation of using new technologies in election campaigning.

Keywords: election campaigning, Internet technologies, online publications, blogospheres, news aggregators, audiovisual services.

Введение

К несомненным преимуществам предвыборной агитации с использованием интернет - технологий относятся: невысокие финансовые затраты на ее проведение, возможность быстрой, онлайн - передачи информации в любом формате, трансграничность, наличие обратной связи, позволяющей выявить электоральные предпочтения избирателей и др.

Кроме того, глобальная сеть «Интернет» очень динамична и перечень способов проведения интернет – агитации постоянно расширяется.

В силу чего, является актуальным вопрос о возможных пределах дозволенного в интернете и о допустимых ограничениях, которые должны регулироваться законодательством, с учетом соблюдения свободы слова, свободы мысли, свободы политических взглядов и других демократических ценностей.

Необходимо обратить внимание на то, что современное избирательное законодательство имеет существенные недостатки и пробелы в регулировании предвыборной агитации с использованием информационно – телекоммуникационной сети общего пользования «Интернет» и требует новых подходов, с тем, чтобы с одной стороны, предоставить право на свободный доступ к информации, а с другой - оградить участников избирательного процесса от недостоверной информации и различного рода политических манипуляций.

На сегодняшний день проблема регулирования предвыборной агитации с использованием цифровых технологий решается двумя способами: путем использования технических средств и программного сопровождения, направленных на противодействие некорректным интернет – технологиям, в частности, Роскомнадзор использует автоматизированную систему мониторинга электронных СМИ, эта система также используется для выявления нарушений в сети Интернет.

Второй способ – это соответствующие изменения законодательства, направленные на актуализацию правового регулирования предвыборной агитации, что на наш взгляд является наиболее эффективным способом.

Федеральный закон от 12.06.2002 № 67 - ФЗ предусматривает два типа распространения предвыборной информации: информирование (ст. 44 – 47) и агитация (ст. 48 - 56). Конституционный Суд Российской Федерации в своем Постановлении от 16.06. 2006 по делу о проверке конституционности ряда положений статей 48, 51, 52, 54, 58 и

59 федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» дал конституционно – правовое толкование понятиям «информирование избирателей» и «предвыборная агитация», определив критерием такого разграничения – наличие в агитационной деятельности специальной цели – склонить избирателей в определенную сторону, обеспечить поддержку или противодействие избранию конкретного кандидата или партии.

В избирательном законодательстве также закреплены способы размещения агитационных материалов в сети Интернет, к ним относятся - распространение агитационных материалов в сетевых изданиях, размещение агитационной информации на незарегистрированных сайтах, а также проведение агитации в социальных сетях и блогосфере [2].

Российское законодательство включило сетевые издания наряду с традиционными средствами массовой информации в перечень организаций, участвующих в предвыборной агитации. Таким образом, на проведение предвыборной агитации в сетевых изданиях распространяются как общие правила, запреты и ограничения, установленные законом РФ «О средствах массовой информации», так и специальные.

Так, на лиц, распространяющих информацию в сети «Интернет» распространяются общие правила информирования избирателей и предвыборной агитации, установленных законом, а также устанавливается порядок действия избирательных комиссий в случае выявления нарушений в интернет – сети и порядок привлечения к административной ответственности.

Однако, необходимо подчеркнуть, что такую аналогию можно проводить только в отношении сетевых изданий и негосударственных СМИ, участие которых в проведении агитации является факультативным, свободным и необязательным.

Законодательством установлены запреты и ограничения, направленные на недопустимость пропаганды или агитации, возбуждающих терроризм, экстремизм, разжигание межнациональной, религиозной или расовой розни.

Установлен запрет на проведение предвыборной агитации для лиц, имеющих специальный статус, например, к таким относятся лица, замещающие государственные и муниципальные должности, журналисты, редакторы сетевых изданий, а также иностранные граждане, несовершеннолетние лица, в том числе религиозные, благотворительные, международные организации и др.

Целый ряд запретов существует в отношении порядка размещения агитационных материалов. Так, запрещено размещать агитационные материалы в СМИ, которые учреждены в целях опубликования официальных материалов, существует запрет размещать изображения или высказывания физического лица без его согласия и только при условии соблюдения авторских прав, запрещается размещение результатов социологических опросов без сообщения полных данных, запрещается публиковать результаты социологических опросов и прогнозов результатов выборов за пять дней до дня голосования и в день голосования.

Ответственность за содержание размещенного агитационного материала несет заказчик, т.е. кандидат или избирательное объединение, а редакция сетевого издания обязана лишь проверять материал на предмет содержания в нем материала экстремистского характера.

Кроме того, обязательным условием участия сетевых изданий в проведении агитационной деятельности является опубликование расценок на размещение агитационных материалов в 30-дневный срок с начала избирательной кампании, при этом, данные услуги могут оплачиваться только из средств избирательного фонда, созданного кандидатом или избирательным объединением.

В связи с поправками, внесенными в избирательное законодательство в марте 2021 г. были расширены права избирательных комиссий всех уровней по контролю за агитационными материалами, размещенными в сети Интернет.

В случае выявления нарушений, избирательные комиссии вправе обращаться в Роскомнадзор с представлением о пресечении распространения агитационных материалов и иной информации, нарушающей законодательство.

Однако, следует подчеркнуть, что все правила и ограничения при проведении предвыборной агитации распространяются только на те сетевые издания, которые зарегистрированы. Проблемой остается то, что предвыборная интернет – агитация также осуществляется и теми интернет – ресурсами, которые не зарегистрированы в качестве СМИ, в так называемых «новостных агрегаторах» и «аудиовизуальных сервисах».

В этом случае при проведении агитации на таких сайтах возможны существенные нарушения избирательного законодательства: к примеру, могут быть нарушены сроки проведения агитации, отсутствовать выходные данные агитационных материалов, нарушены правила определения стоимости агитационных материалов, также сложно установить ответственных за размещенную информацию.

В соответствии с законом и отдельными решениями ЦИК РФ, на размещения предвыборной агитации на этих сайтах должны распространяться те же правила, которые распространяются на печатные и аудиовизуальные материалы, размещенные в СМИ и сетевых изданиях, что достаточно сложно реализовать на практике.

Н. Ю. Турищева в статье «Агитация в сети Интернет: в поисках характеристик новой среды» [9, С. 59] подчеркивает, что серьезную альтернативу выше названным источникам распространения предвыборной агитации составляют так называемые «новые медиа», к которым относятся персональные сайты, мессенджеры, блоги, поисковые системы, которые на данный момент являются наиболее востребованным и эффективным способом распространения предвыборной информации

И.И. Засурский в статье «Общественное достояние и стратегия развития информационного общества» [4, С. 9] считает, что социальные сети и мессенджеры – новая среда, в которой только приучаются использовать информацию должным образом, в связи с чем важны не только законодательство, но и новые правила и обычаи.

Однако порядок размещением агитационных материалов в социальных сетях не подпадают под воздействие законов, российское законодательство не относит социальные сети к средствам массовой информации.

Ф.И. Шарков в статье Социальные сети как основа формирования пространства публичных коммуникаций» [7, С. 36, 37] считает что любой, кто может позволить себе плату за доступ и обладает навыками серфинга в

Интернете, может стать участником социальных сетей и вступить во взаимодействие с коммуникантами в пространстве публичной коммуникации.

Заключение

Следует отметить, что, несмотря на довольно подвижное избирательное законодательство, нормы, регулирующие предвыборную агитацию отличаются наибольшей стабильностью и изменения, которые были в него внесены, в основном, направлены на запреты и ограничения при проведении предвыборной агитации.

С правовой точки зрения, предвыборная агитация в сети Интернет приравнивается к агитации, осуществляемой организациями телерадиовещания и периодическими печатными изданиями.

Современное российское законодательство имеет существенные недостатки в регулировании вопросов, связанных с интернет – агитацией: не установлен специальный правовой режим в отношении интернет – агитации, остаются неурегулированными вопросы, связанные с финансированием интернет – агитации, не определен правовой статус источников информации, не установлен состав правонарушений и порядок привлечения к ответственности участников данных правоотношений, доступ к распространению информации агитационного характера практически неограничен.

Следует отметить, что распространение информации в сети Интернет явно отличается от всех иных способов и требует существенных изменений в законодательстве.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Список литературы / References

1. Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: федер. закон от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. - 2002. - № 24. - Ст. 2253. - С. 1123 – 1267.
2. Об информации, информационных технологиях и о защите информации федер. закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. - 2006. - № 31. - Ст. 3448. – С. 8541 – 8557.
3. Выборы в Мире: Агитация в сети Интернет / И. Б. Борисов. - М.: Российский общественный институт избирательного права. – 2017. – С. 267.
4. Засурский, И. И. Общественное достояние и стратегия развития информационного общества / И.И. Засурский // Сер.10. Вестник Московского ун-та. Сер. Журналистика. - 2012. - № 3. – С.9 - 12.
5. Мархгейм, М.В. Предвыборная агитация в сети Интернет: версии доктрины и динамизм практики / М.В. Мархгейм, Л. И. Никонова, // Научные ведомости Белгородского гос. ун-та. Сер. Философия. Социология. Право. 2018. - Т. 43. - № 3. С. 534.
6. Носков, А.А. Особенности проведения предвыборной агитации с использованием современных информационных технологий в Российской Федерации/ А.А. Носков // Аллея науки. – 2018. - Т. 5. - № 5. - С. 266 - 268.
7. Шарков, Ф.И. Социальные сети как основа формирования пространства публичных коммуникаций / Ф.И. Шарков // Коммуникология. - Т. 7. - 2019. - № 4. - С. 36 - 37.
8. Первушова, А.С. Использование новых технологий как платформа современного информационного обеспечения выборов: российский и зарубежный опыт / А. С. Первушова // Вопросы рос. юстиции. - 2019. - № 3. - С. 208.
9. Турищева, Н.Ю. Агитация в сети Интернет: в поисках характеристик новой среды / Н.Ю. Турищева // Государство и право. - 2020. - № 9. – С.50 - 62.
10. Хвалёв, С.А. Предвыборная агитация в информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» / С.А. Хвалев // Избирательное право. – 2018. - № 4. – С. 37 – 45.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Ob osnovnyh garantijah izbiratel'nyh prav i prava na uchastie v referendumе grazhdan Rossijskoj Federacii: feder. zakon ot 12 ijunja 2002 g. № 67-FZ [On the basic guarantees of electoral rights and the right to participate in a referendum of citizens of the Russian Federation: feder. Law No. 67-FZ of June 12, 2002] // Sobr. zakonodatel'stva Ros. Federation. - 2002. - No. 24. - St. 2253. -p. 1123-1267. [in Russian]
2. Ob informacii, informacionnyh tehnologij i o zashhite informacii feder. zakon ot 27 ijulja 2006 g. № 149- FZ [On information, information technologies and information protection feder. Law No. 149-FZ of July 27, 2006] // Sobr. zakonodatel'stva Ros. Federation. - 2006. - No. 31. - Article 3448. - pp. 8541-8557. [in Russian]
3. Vybery v Mire: Agitacija v seti Internet [Elections in the world: Campaigning on the Internet] / I. B. Borisov. - Moscow: Russian Public Institute of Electoral Law. - 2017. - p. 267. [in Russian]
4. Zasursky, I. I. Obshhestvennoe dostojanie i strategija razvitiya informacionnogo obshhestva [Public domain and the strategy of information society development] / I. I. Zasursky // Ser.10. Vestnik Moskovskogo un-ta. Ser. Zhurnalistika [Ser. 10. Bulletin of the Moscow University. Ser. Journalism]. - 2012. - No. 3. - P. 9-12. [in Russian]
5. Markheim, M. V. Predvybornaja agitacija v seti Internet: versii doktriny i dinamizm praktiki [Pre-election campaigning on the Internet: versions of the doctrine and dynamism of practice] / M. V. Markheim, L. I. Nikonova, // Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gos. un-ta. Ser. Filosofija. Sociologija. Pravo [Scientific Vedomosti of the Belgorod State University.Ser. Philosophy. Sociology. Right]. 2018. - Vol. 43. - No. 3. p. 534. [in Russian]
6. Noskov, A. A. Osobennosti provedeniya predvybornoj agitacii s ispol'zovaniem sovremennyh informacionnyh tehnologij v Rossijskoj Federacii [Features of conducting election campaigning using modern information technologies in the Russian Federation] / A. A. Noskov // Alleja nauki [Alley of Science]. – 2018. - Vol. 5. - No. 5. - P. 266 - 268. [in Russian]

7. Sharkov, F. I. Social'nye seti kak osnova formirovanija prostranstva publichnyh kommunikacij [Social network as a basis of the space of public communications] / F. I. Sharkov // Kommunikologija [Communicology]. - Vol. 7. - 2019. - № 4. - P. 36 - 37. [in Russian]
8. Pervushov, A. S. Ispol'zovanie novyh tehnologij kak platforma sovremennogo informacionnogo obespechenija vyborov: rossijskij i zarubezhnyj opyt [the Use of new technologies as a platform of modern information support of elections: Russian and foreign experience] / A. S. Pervushov // Voprosy ross. justicii [Ross questions. Justice]. - 2019. - No. 3. - p. 208. [in Russian]
9. Turishcheva, N. Yu. Agitation on the Internet: in search of characteristics of a new environment / N. Yu. Turishcheva // State and law. - 2020. - No. 9. - p. 50-62 [in Russian]
10. Khvalev, S. A. Predvybornaja agitacija v informacionno - telekommunikacionnoj seti «Internet» [Pre-election campaigning in the information and telecommunications network "Internet"] / S. A. Khvalev // Izbiratel'noe pravo [Electoral law]. - 2018. - No. 4. – p. 37-45. [in Russian]