

Научный центр «LJournal»

Рецензируемый научный журнал

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

№108, Апрель 2024
(Часть 3)



Самара, 2024

T33

Рецензируемый научный журнал «Тенденции развития науки и образования» №108, Апрель 2024 (Часть 3) - Изд. Научный центр «LJournal», Самара, 2024 - 196 с.

doi: 10.18411/trnio-04-2024-p3

Тенденции развития науки и образования - это рецензируемый научный журнал, который в большей степени предназначен для научных работников, преподавателей, доцентов, аспирантов и студентов высших учебных заведений как инструмент получения актуальной научной информации.

Периодичность выхода журнала – ежемесячно. Такой подход позволяет публиковать самые актуальные научные статьи и осуществлять оперативное обнародование важной научно-технической информации.

Информация, представленная в сборниках, опубликована в авторском варианте. Орфография и пунктуация сохранены. Ответственность за информацию, представленную на всеобщее обозрение, несут авторы материалов.

Метаданные и полные тексты статей журнала передаются в наукометрическую систему ELIBRARY.

Электронные макеты издания доступны на сайте научного центра «LJournal» - <https://ljournal.org>

© Научный центр «LJournal»
© Университет дополнительного
профессионального образования

УДК 001.1
ББК 60

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Чернопятов Александр Михайлович

Кандидат экономических наук, Профессор

Царегородцев Евгений Леонидович

Кандидат технических наук, доцент

Пивоваров Александр Анатольевич

Кандидат педагогических наук

Малышкина Елена Владимировна

Кандидат исторических наук

Ильященко Дмитрий Павлович

Кандидат технических наук

Дробот Павел Николаевич

Кандидат физико-математических наук, Доцент

Божко Леся Михайловна

Доктор экономических наук, Доцент

Бегидова Светлана Николаевна

Доктор педагогических наук, Профессор

Андреева Ольга Николаевна

Кандидат филологических наук, Доцент

Абасова Самира Гусейн кызы

Кандидат экономических наук, Доцент

Попова Наталья Владимировна

Кандидат педагогических наук, Доцент

Ханбабаева Ольга Евгеньевна

Кандидат сельскохозяйственных наук, Доцент

Вражнов Алексей Сергеевич

Кандидат юридических наук

Ерыгина Анна Владимировна

Кандидат экономических наук, Доцент

Чебыкина Ольга Альбертовна

Кандидат психологических наук

Левченко Виктория Викторовна

Кандидат педагогических наук

Петраш Елена Вадимовна

Кандидат культурологии

Романенко Елена Александровна

Кандидат юридических наук, Доцент

Мирошин Дмитрий Григорьевич

Кандидат педагогических наук, Доцент

Ефременко Евгений Сергеевич

Кандидат медицинских наук, Доцент

Шалагинова Ксения Сергеевна

Кандидат психологических наук, Доцент

Катермина Вероника Викторовна

Доктор филологических наук, Профессор

Полицинский Евгений Валериевич

Кандидат педагогических наук, Доцент

Жичкин Кирилл Александрович

Кандидат экономических наук, Доцент

Пузыня Татьяна Алексеевна

Кандидат экономических наук, Доцент

Ларионов Максим Викторович

Доктор биологических наук, Доцент

Афанасьева Татьяна Гавриловна

Доктор фармацевтических наук, Доцент

Байрамова Айгюн Сеймур кызы

Доктор философии по техническим наукам

Лыгин Сергей Александрович

Кандидат химических наук, Доцент

Заломнова Светлана Петровна

Кандидат педагогических наук, Доцент

Биймурсаева Бурулбубу Молдосалиевна

Кандидат педагогических наук, Доцент

Радкевич Михаил Михайлович

Доктор технических наук, Профессор

Гуткевич Елена Владимировна

Доктор медицинских наук

Матвеев Роман Сталинарьевич

Доктор медицинских наук, Доцент

Шамутдинов Айдар Харисович

Кандидат технических наук, Профессор

Найденов Николай Дмитриевич

Доктор экономических наук, Профессор

Романова Ирина Валентиновна

Кандидат экономических наук, Доцент

Хачатурова Карине Робертовна

Кандидат педагогических наук

Кадим Мундер Мулла

Кандидат филологических наук, Доцент

Григорьев Михаил Федосеевич

Кандидат сельскохозяйственных наук

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ IX. ЯЗЫКОЗНАНИЕ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ	8
Абдуллахитов Р.Ш., Бексултанова Х.А. Важность знания терминологии менеджмента на английском языке.....	8
Алексеев В.В. Английский как глобальный язык общения.....	10
Бобкова Е.А. Определенность и неопределенность в текстах разных функциональных стилей.....	13
Гибралтарская О.Н. Дисциплина по выбору в рамках филологического образования.....	19
Горшунов Ю.В. Джентилизмы как маркер культурного, социального или возрастного статуса говорящего.....	22
Горшунов Ю.В. Рифмованный сленг как источник новых слов.....	24
Зайдиева Л.М. Английские заимствования в русском языке на тему «еда».....	27
Калинина В.Д. Концепты «scarcity» и «shortage» в учебном пособии по профессиональному английскому языку.....	29
Кашина М.С. Особенности создания чат-ботов для обучения английскому языку.....	33
Краева Ю.М. Политкорректная лексика как один из способов речевого воздействия в англоязычных СМИ.....	35
Лин Ч. Особенности в поликодовом тексте китайской автомобильной рекламы.....	38
Митрофанова М.А. Лингвостилистические особенности перевода выступления Дональда Трампа (на примере выступления в Грузии).....	42
Панченко А.А. Методы, приёмы, формы изучения лирики Н.А. Мельникова в общеобразовательной школе.....	45
Рахимова К.И. Речевой портрет политического лидера в предвыборном дискурсе.....	49
Рахмонова М.Н. Сложноподчинённые предложения, выражающие определительные отношения.....	53
Рашидова Д.А., Махмудова Ф. Художественный текст как объект лингвистического исследования.....	55
Саньярова Р.Р., Кудакеев И.Г. Концепт «йөрәк/сердце» в башкирской языковой картине мира.....	58
Сафарова С.Р. Формирование социолингвистической компетенции на материале политкорректной лексики.....	61
Симбулетова Р.К., Аутлева Ф.А., Шхумишхова А.Р. Сравнительный анализ на примере числительных фразеологических единиц в русском, английском, немецком и адыгейском языках.....	64
Сулейманова Т.З. Жизнь и творчество Марины Ивановны Цветаевой в 1892-1918 гг.	66
Тлисова С.М., Агирбов Т.Р. Фразеологические единицы на уроках английского языка.....	68
Хаметзянова Р.И. Функционирование категории вежливости в интернет-коммуникации....	71
Хасанова А.Ф. Проблема перевода англоязычных и русскоязычных интернет-мемов.....	73
Хуснутдинова Ю.Р. Языковые особенности англоязычной рекламы на «YouTube»: анализ лексики и грамматики.....	76

Чэнь Л. Различия «комплимент» в китайской и русской лингвокультурах.....	80
Шапкарина Е.И. К вопросу об особенностях происхождения славянских гидронимов.....	85
Эшиев А.М. Победа над Шоорук ханом в эпосе «Манас»	87
Davlatzoda R. On the issue beset with methods of emergence of some forms of original Tajik toponyms in the chronicles referring to 10th – 13th centuries.....	90
Martynova N.A. Features of language training (based on the experience of training police officers in the USA)	93
Martynova N.A. Similarities and differences in the legal terminology systems of England and Russia.....	96
РАЗДЕЛ X. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	100
Авдаков И.Ю. Становление и расцвет японского высокоскоростного наземного транспорта в ходе научно-технической революции	100
Айдынов М.Р., Боташева Л.С. Влияние изменения объема производства на себестоимость продукции	106
Акбаева Л.Р., Байрамукова А.Д., Боташева Л.С. Применение искусственного интеллекта для решения проблем бухгалтерского отчета на предприятиях	109
Аристархова М.Д. Максимизация производительности: Роль сервис-деск систем в IT бизнесе	112
Афанасьева А.А., Кончагина Ю.А, Бичева Е.Е. Влияние мирового рынка финансовых услуг на развитие национальной банковской системы	115
Ахмедулин В.А., Алтынбаева Л.Е. Государственная поддержка сельскохозяйственного сектора России в 2020 - 2023 гг.	117
Ахметов Р.Р., Алтынбаева Л.Е. Анализ структуры экспорта и импорта России 2022-2023 гг.	122
Байкулова Д.Ш., Меремшаова А.А., Тхагапсова С.К.-Г., Узденова З.Р. Учет реализации готовой продукции.....	125
Байрамкулова М.А., Боташева Л.С. Управленческий учет логистических рисков.....	129
Бариева З.Ф., Маймакова Л.В. Конкурентоспособность продукции промышленных предприятий.....	132
Бичева Е.Е., Красюкова А.Н., Шмигирилова А.В. Роль финансов в развитии международных отношений.....	134
Боробов В.Н. Какие предприятия могут стать драйвером развития российской экономики?	137
Боташева Л.С., Аджиева А.А. Инновационные подходы к управленческому учету в современной организации	141
Боташева Л.С., Асланова Д.А., Узденова З.Р. Методы учета затрат в зависимости от характера производственного процесса.....	144
Бузажи У.П., Васильева О.А. Потенциал индустрии серфинг-туризма: мировые тенденции и российская практика.....	147
Валиева Э.Р., Уразбахтина Л.Р. Принципы эффективного управления организацией в условиях неопределенности и изменений	151
Гебенова А.И., Боташева Л.С. Понятие себестоимости, калькулирования и калькуляции	154

Германов И.Д., Васильева О.А. Роль гибких навыков в работе руководителя рекламного агентства	156
Година П.В., Иванова А.Р., Минулина О.В. Оптимизация затрат в теплоэнергетике.....	160
Гребенкина Е.А., Кузнецова И.В. Экспертно-аналитические мероприятия Счетной палаты РФ	162
Грицай И.С. Проблемы налоговой системы рф: современные реалии	165
Губарева О.А., Лунёва Т.А., Заболотнева А.Р. Управление логистическими рисками на основе применения гибридного подхода.....	169
Гулевич М.С. Основные подходы к маркетингу гостиничного бизнеса и туризма	172
Гулевич М.С. Основы успешного маркетинга для отелей	175
Гулевич М.С. Этапы формирования теории туризма	177
Девель А.М. Совершенствование территориального бренда города Волоколамск. Рекламный проект «Волоколамск – встречайте историю!».....	180
Джабраилов Д.Х., Джабраилова И.Х. Понятие и функции государственного управления	185
Джабраилов Д.Х., Джабраилова И.Х. Проблемы правового регулирования обеспечения экономической безопасности в сфере	188
Джабраилов Д.Х., Джабраилова И.Х. Стратегическое планирование в механизме государственного управления: проблемы правового регулирования.....	190
Джабраилов Д.Х., Джабраилова И.Х. Управление государственным долгом: методы и финансово-правовое регулирование	192

РАЗДЕЛ IX. ЯЗЫКОЗНАНИЕ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

Абдуллахитов Р.Ш., Бексултанова Х.А.

Важность знания терминологии менеджмента на английском языке

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный
университет имени А.А. Кадырова»
(Россия, Грозный)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-115

Аннотация

В статье рассматривается необходимость изучения английского языка российскими менеджерами. Приводится статистика, подтверждающая это. Подчеркивается, что внедрение новых технологий преподавания иностранного языка послужит ключевым фактором в формировании квалифицированных специалистов.

Ключевые слова: менеджмент, иностранный язык, обучение, воспитательная работа, терминология менеджмента

Abstract

In the article the necessity of learning English for Russian managers is considered. The statistics that proves it is given. It is emphasized that the introduction of new technologies for teaching a foreign language will serve as a key factor in the formation of qualified professionals.

Keywords: management, foreign language, learning, education.

В настоящее время английский язык является международным языком, и он особенно важен для делового общения. Особенную важность английский язык также приобретает в сфере менеджмента, так как крупным компаниям и корпорациям необходимы взаимосвязь и коммуникации с компаниями других государств. Изучим основные принципы применения английского языка в управленческой сфере и его влияние на развитие бизнеса.

- 1) Деятельность в мультикультурной среде. Руководители, которые ведут бизнес деятельность в иностранном государстве, встречаются с большим количеством различных культур. Умение разговаривать на английском языке в таком случае даст человеку возможность лучше управлять своим персоналом, избегать конфликтов и недопониманий по причине языковых барьеров.
- 2) Международное взаимодействие. В современных реалиях, в следствии цифровизации появляется возможность работать с клиентами и партнерами с любой страны. И в таком случае способом коммуникации с иностранцами является именно английский язык, так как это глобальный язык бизнеса.
- 3) Деловые переговоры. Высокий уровень владения английским языком позволит руководителю эффективно доносить свои мысли и идеи, участвовать в дискуссиях и выступать с презентациями. Способность поменять свой стиль общения при взаимодействии на английском языке с иностранной аудиторией представляется важнейшим фактором для успешной деятельности.
- 4) Доступность к иностранным информационным ресурсам. Знание английского языка дает возможность менеджерами использовать большую базу информации по любой тематике, начиная научными работами и заканчивая различными аналитическими данными. Благодаря этому можно не отставать от мировых новостей и тенденций, которые имеют значение при принятии тех или иных решений.

Терминологию английского языка в сфере управления можно охарактеризовать как определенную систему терминов, отражающую свойства менеджмента, управленческих

процессов и коммуникации в деловой среде. Одной из особенностей терминологии является то, что она едина в любой среде. И благодаря тому, что используется единая терминология, облегчается коммуникация между разными государствами и культурами, а это, в свою очередь, помогает эффективнее взаимодействовать и понимать друг друга.

Терминология английского языка также характеризует динамику бизнес-структур, поскольку возникновение новых терминов является следствием модернизации и развития рыночной среды, появления и внедрения новейших технологий. Это говорит о важности обновления управленческих терминов английского языка для эффективной деятельности менеджмента в деловой сфере.

Правильное применение терминологии английского языка в сфере менеджмента оказывает большое влияние на деловые коммуникации, это позволяет показать профессионализм руководителя и делает общение более эффективным, складывается доверие между партнерами и клиентами.

В должностных инструкциях на различных сайтах по трудоустройству часто можно встретить требования к уровню владения английским языком на продвинутом уровне или, по крайней мере, на уровне upper-intermediate. Различные компании все чаще требуют знания языка, даже если сама работа не предполагает коммуникации с иностранцами или использования иностранных источников информации. Приближается день, когда знание английского языка будет приравнено к компьютерным навыкам.

Важно понимать, что английский – это признанный во всем мире международный язык делового общения, знание которого стирает границы для хорошего профессионала. Несмотря на популярность других иностранных языков, английский является лидером в его использовании. Активный приток иностранного капитала в нашу страну за последние пару лет продиктовал высокий спрос на персонал, свободно владеющий английским языком. Это также является фактором успешной карьеры.

Не секрет, что детальное понимание культурных тонкостей, несомненно, связано с изучением иностранного языка. При работе с иностранными партнерами или клиентами развитие доверительных отношений является ключевым шагом в подготовке основы для коммерческого соглашения или партнерства.

Согласно статистическим данным, полученным от hh.ru платформа, в 2017 году было размещено 193 000 вакансий, требующих знания английского языка, в 2019 году их было 250 000, а в 2021 году их число достигло почти 400 000. Аналитики выяснили, что за последние 6 лет количество вакансий с требованиями к английскому языкуросло на 22% в год. Они также обнаружили, что в период с 2017 по 2023 год наибольшее количество резюме с требованием владения английским языком было размещено в таких сферах, как информационные технологии, маркетинг, наука, высшее руководство и искусство. Нетрудно догадаться, что требования к знанию английского языка постоянно повышаются [1,2].

Специалисты отмечают, что заработная плата зависит от уровня владения английским языком. По данным аналитиков, средняя зарплата россиян, указавших в своих резюме, что они владеют английским языком, выше примерно на 10-15 тысяч рублей. Аналитики уверяют, что работодатели готовы доплачивать сотрудникам, владеющим английским языком на среднем уровне в сферах высшего менеджмента [2].

Что касается профессионального образования и переподготовки, стоит отметить, что процесс изучения английского языка традиционно предполагает, во-первых, преподавание общего английского (General English) и, во-вторых, профессионального английского (ESP - английский для специальных целей). Обучение в любом случае предполагает развитие различных типов компетенций.

Если мы рассматриваем менеджмент как науку и изучаем его как научную дисциплину, нам не обойтись без знания английского языка. Общеизвестно, что менеджмент как образовательный курс возник в начале 1880-х годов в Соединенных Штатах. Поскольку уровень специализации крупного машинного производства в Америке был значительно выше, чем в других странах, там сложились наиболее благоприятные условия для развития

менеджмента. Именно при американских высших учебных заведениях начали создаваться бизнес-школы, которые стали основой для подготовки специалистов в этой сфере. В 1881 году американец Джозеф Уортон разработал первый курс менеджмента. Развитие менеджмента в западных странах является наиболее широко изученной частью истории и теории менеджмента [3, 4].

В заключение, принимая во внимание все вышесказанное, следует сказать, что развитие навыков владения иностранным языком у российских менеджеров должно быть более детальным. Если сегодня все еще существует выбор изучать или не изучать иностранный язык, то в ближайшем будущем возникнет только один вопрос: когда начать изучать английский. Хотя это всего лишь предположение, складывающаяся ситуация на рынке труда делает его все более реалистичным и весьма вероятным.

1. «Английская модель менеджмента». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://studwood.net/1418906/menedzhment/angliyskaya_model_menedzhmenta (дата обращения: 01.02.2024).
2. «History of management». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.timetoast.com/timelines/history-of-management-c9e2fe42-5935-44ab-b3e2-71e30c4c2f61> (дата обращения: 01.02.2024).
3. «Зачем топ-менеджерам знать иностранный язык». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.begin.ru/novosti-i-stati/zachem-top-menedzheram-znat-inostrannyiy-yazyik.html> (дата обращения: 01.02.2024).
4. «The history of management development: milestones and stages». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://tostpost.com/education/2659-the-history-of-management-development-milestones-and-stages.html> (дата обращения: 01.02.2024).
5. Тучкова И.Г. Применение ролевых игр в обучении и странному языку// Инновационные технологии преподавания иностранных языков в системе высшего образования: колл. монография под ред. Чудновского А.Д., М.: ООО «Русайнс», 2022. -123-141. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49833401&selid=49833491> (дата обращения: 01.02.2024).

Алексеев В.В.

Английский как глобальный язык общения

*Казанский государственный энергетический университет
(Россия, Казань)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-116

Научный руководитель: Ибрагимова Э.Р.

Аннотация

В данной статье рассматривается распространенность английского языка, как языка международного общения. На основе социологического опроса устанавливается приоритет изучения, а также значимость владения английским языком.

Ключевые слова: английский язык, международный язык, глобализация, иностранный язык.

Abstract

This article examines the prevalence of English as the language of international communication. Based on a sociological survey, the priority of studying is established, as well as the importance of English language proficiency.

Keywords: English, international language, globalization, foreign language.

Термин «глобализация» был впервые введен американским социологом Роландом Робертсоном в 1985 году. В своей книге, опубликованной в 1992 году, он представил основы своей концепции, определяя глобализацию как процесс увеличения влияния различных международных факторов (таких как экономические и политические связи, культурный и информационный обмен) на социальную реальность в отдельных странах.

В современном мире, где наблюдается постоянный рост взаимосвязанности и глобализации, значимость прямого и эффективного общения стремительно возрастает. Неоспоримым фактом является необходимость общего языка для коммуникации в сфере международной торговли и деловых отношений между компаниями со всего мира. С развитием информационных технологий и глобализации становится очевидным, что большинство людей во всем мире общаются с жителями других регионов только на одном международном признанном языке - английском. Английский язык является основным средством коммуникации между агентами и международными компаниями. Будучи первым мировым языком, английский является глобальным и наиболее широко используемым языком в международной торговле, дипломатии, развлечениях, международных коммуникациях и научных публикациях, а также в издательском деле и других печатных материалах [1-5].

С целью определения отношения студентов к иностранным языкам и выявления, по мнению обучающихся, наиболее распространенного языка в мире, проведен социологический опрос, респондентами которого выступили студенты Казанского энергетического университета 2 и 3 курсов. В опросе приняло участие 128 студентов. Результаты опроса представлены ниже.

Таблица 1

Какой иностранный язык Вы изучали в школе?

Вариант ответа	%
<i>Английский</i>	93,8
<i>Испанский</i>	0
<i>Китайский</i>	0,8
<i>Немецкий</i>	2,3
<i>Итальянский</i>	0
<i>Японский</i>	0
<i>Французский</i>	3,1

Из таблицы 1 видно, что большая часть респондентов (120 человек) в школе изучали английский язык, 4 студента изучали французский, 3 – немецкий, 1 – китайский.

Таблица 2

Вы сдавали ЕГЭ по иностранному языку?

Вариант ответа	%
<i>Да</i>	5
<i>нет</i>	95

Из таблицы 2 видим, что ЕГЭ (Единый Государственный Экзамен) по иностранному языку сдавало всего 6 студентов, из числа респондентов, изучавших в школе английский язык.

Таблица 3

Оцените свои знания по иностранному языку по 10-ти бальной шкале? Где 10 - свободно владею языком, 1 - совсем не знаю.

Вариант ответа	%
<i>10</i>	1,7
<i>9</i>	1,7
<i>8</i>	7,5
<i>7</i>	13,3
<i>6</i>	11,7
<i>5</i>	24,2
<i>4</i>	15
<i>3</i>	16,7
<i>2</i>	5
<i>1</i>	3,2

По данным таблицы 3 можно отметить очень плохой уровень владения языком: хорошо владеют английским языком (оценка в 8, 9 и 10 баллов) только 10,9% опрошенных (13 человек), тогда как удовлетворительно иностранный язык знает большая часть опрошенных – 49,2%

респондентов (59 человек), что составляет практически половину студентов, изучавших английский язык в школе, очень плохо язык знают 39,9% студентов (48 человек). Данная тенденция является однозначно отрицательной и может говорить о некачественном преподавании данного предмета в школе или плохой усвояемости материала обучающимися.

Таблица 4

Поступив в вуз, Вы продолжили изучение того языка, который изучали в школе?

Вариант ответа	%
<i>Да, так как хочу учить его дальше и совершенствовать свои навыки владения языком</i>	47,5
<i>Да, не было другого выбора</i>	18,3
<i>Нет, так как мне не нравится этот язык или не интересен</i>	5
<i>Нет, так как мои навыки владения языком очень плохие, а для тех кто учил этот язык в школе, в вузе более сложная программа (для продвинутых)</i>	6,7
<i>Да, так как считаю, что изучать новый язык будет сложнее</i>	14,2
<i>Нет, в моем вузе есть языки, которые учат с нуля, а это очень просто, поэтому выбрал другой язык – это самый простой путь</i>	8,3

По данным таблицы 4 можем увидеть, что практически половина обучающихся – 47,5% (57 человек), поступив в вуз, решила продолжить изучение английского языка, что является однозначно положительным фактом, так как такие студенты заинтересованы в изучении языка, и, с большей долей вероятности, смогут овладеть им, 22 студента (18,3%) продолжили изучать английский язык, так как не имели права выбрать иной язык, 17 (14,2%) решили, что проще будет изучать уже знакомый язык, чем новый.

Таблица 5

Пригодилось ли Вам изучение иностранного языка в обычной жизни и в процессе обучения в вузе?

Вариант ответа	%
<i>Да</i>	69,2
<i>Нет</i>	30,8

По данным таблицы 5 можем сделать вывод, что более 2/3 студентов, изучавших в школе английский язык, пригодились знания данного языка в процессе обучения, что может косвенно может подтверждать высокую значимость и распространенность английского языка в академической среде и других средах.

Таблица 6

Как Вы считаете, пригодится ли знание иностранного языка Вам на работе по специальности?

Вариант ответа	%
<i>Да</i>	59,2
<i>Нет</i>	12,5
<i>Затрудняюсь ответить</i>	28,3

По данным таблицы 6 можно увидеть, что 59,2% (71 человек) считают английский язык востребованным или, как минимум, полезным на будущем рабочем месте, что также говорит о востребованности и популярности английского языка.

Таблица 7

Наиболее популярный язык в мире на Ваш взгляд?

Вариант ответа	%
<i>Английский</i>	82,5
<i>Испанский</i>	0,8
<i>Китайский</i>	15

Немецкий	1,7
Итальянский	0
Японский	0
Французский	0

По данным таблицы 7 можно увидеть, что 82,5% (99 человек) респондентов считают наиболее популярным языком в мире английский, на втором месте по популярности расположился китайский язык, который выбрали 15% (18 человек), испанский и немецкий языки набрали менее двух процентов в опросе. Данная статистика подтверждает тот факт, что английский язык является наиболее распространенным в мире и среди молодежи.

Таблица 8

Желаете ли Вы овладеть самым популярным языком в мире?

Вариант ответа	%
Да	78,3
Нет	5,8
Затрудняюсь ответить	15,8

По данным таблицы 8, можем сделать вывод, что большая часть опрошенных, изучающих английский язык – 78,3% (94 человека) желают овладеть английским языком ввиду его всемирной популярности и востребованности, 15,8% (19 человек) сомневаются в необходимости изучения такого международного языка, как английский язык.

Подводя итог, можем утверждать, что английский язык на сегодняшний день является однозначно интернациональным языком, равнозначных аналогов которому на данный момент нет. Результаты опроса показали, что молодое поколение считает данный язык наиболее популярным, востребованным во множестве сфер нашей жизни, в том числе в сфере учебы и работы. Также стоит отметить, что популярность китайского языка также возрастает, однако звание всемирного языка прочно держится за английским языком.

1. Гальченко, С. И. Английский язык как глобальный язык мира / С. И. Гальченко, Э. Ю. Элькинд // За нами будущее: взгляд молодых ученых на инновационное развитие общества: сборник научных статей 2-й Всероссийской молодежной научной конференции, Курск, 04 июня 2021 года. Том 3. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 156-159.
2. Миронов, О. О. Английский язык как глобальный язык общения / О. О. Миронов // СТУДЕНТ года 2022: Сборник статей Международного учебно-исследовательского конкурса, Петрозаводск, 16 мая 2022 года. Том Часть 3. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2022. – С. 327-335.
3. «Международный английский» в условиях глобализации / Е. М. Канищева, В. А. Наумик, С. А. Чистяков, Л. А. Чернышева // Молодежь и XXI век – 2020: Материалы 10-й Международной молодежной научной конференции. В 4-х томах, Курск, 19–20 февраля 2020 года / Ответственный редактор А.А. Горохов. Том 2. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. – С. 307-311.
4. English is the language of the future // Актуальные вопросы современной науки глазами молодых исследователей: Сборник статей VI Международной научно-практической конференции, Омск, 28–29 апреля 2021 года. – Омск: Сибирский государственный автомобильно-дорожный университет (СибАДИ), 2021. – Р. 11-14.
5. Нуки, Н. М. Из истории развития английского языка / Н. М. Нуки, Н. А. Воронкина // Молодежный вестник ИрГТУ. – 2018. – Т. 8, № 1. – С. 198.

Бобкова Е.А.

Определенность и неопределенность в текстах разных функциональных стилей

*Бирский филиал Уфимского университета науки и технологий
(Россия, Бирск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-117

Аннотация

Определенность и неопределенность являются универсальными категориями, присущими не только объектам материального мира и сфере познания, но и всем языкам как

средствам вербализации добываемых знаний. Данные категории на уровне высказывания градуируются нами, исходя из референции именных групп и степени актуализованности самого высказывания, прежде всего его предиката, по четырем степеням: конкретно-определенные, частично-определенные, слабо-неопределенные и сильно-неопределенные. В статье рассматривается соотношение определенности и неопределенности и тенденции их градации в текстах ряда функциональных стилей: научного, газетного и художественного.

Ключевые слова: определенность, неопределенность, высказывание, научный стиль, газетный стиль, стиль художественной литературы.

Abstract

Definiteness and indefiniteness are universal categories intrinsic not only to the objects of material world and cognition but to all the languages as means of verbalizing obtained knowledge. On the utterance level we grade these categories into concrete definite, partially definite, weakly indefinite and strongly indefinite according to the reference of noun phrases and the degree of actualization of the utterance, mainly its predicate. The article deals with correlation of definiteness and indefiniteness and tendencies of their gradation in texts of different functional styles, such as scientific style, newspaper style, style of fiction.

Keywords: definiteness, indefiniteness, utterance, scientific style, newspaper style, style of fiction.

К важнейшим объективным свойствам мира, наряду с такими категориями, как пространство, время, причинность и другими, относятся определенность и неопределенность. Изучение определенности и неопределенности в науке имеет разнообразие трактовок и богатую историю, начинающуюся с античных времен. В рамках категориального подхода неопределенность противопоставляется определенности и, как слабый член оппозиции, имеет больший объем значений. В науке просматривается тенденция к измерению определенности и неопределенности по различным параметрам, таким как: причины возникновения, степень, количество, качество определенности/ неопределенности и др. [8]. Лингвистика трактует категорию определенности/ неопределенности как универсальную, свойственную всем языкам. Эта категория связана с такими явлениями, как детерминация, референция, актуализация, и прилагается, прежде всего, к именным группам.

В данной статье делается акцент на определенности/ неопределенности высказывания. Высказывания могут иметь разную степень определенности или неопределенности в зависимости от набора факторов (референции входящих в высказывание именных групп и степени актуализованности высказывания) и быть конкретно- и частично-определенными, слабо- и сильно неопределенными. Высказывание рассматривается нами как конкретно-определенное, если оно передает локализованное во времени положение дел [4], в его состав входят определенные (референтные) именные группы, а предикат представлен глаголом в форме настоящего или прошедшего времени в изъявительном наклонении. К частично-определенным относятся высказывания конкретной локализованности при наличии слабо-неопределенных именных групп и высказывания, выражающие повторяемость положения дел. Слабо-неопределенными мы считаем высказывания, имеющие нечеткую, размытую, неопределенную привязку к времени совершения положения дел; к ним относятся высказывания с предикатом в будущем времени, сослагательном наклонении, пропозитивным, модальным предикатом и некоторые другие с определенными и слабо-неопределенными именными группами. Сильно-неопределенные высказывания также характеризуются нечеткой локализованностью и сильно неопределенными и нереферентными именными группами.

Обратим внимание на распределение определенности и неопределенности в текстах нескольких функциональных стилей, таких как научный, газетный, стиль художественной литературы.

Тексты разных функциональных стилей и жанров различаются по частотности и степени определенности и неопределенности высказываний. Как отмечает И.В. Арнольд, для

стилистики, изучающей функциональные стили, предметом является общее и закономерное, а не возможные частности [2: 75].

Так, к значимым для нашего исследования особенностям газетного стиля относятся следующие: большой процент имен собственных – антропонимов, топонимов и др., высокая частотность числительных и дат, наличие большого количества абстрактных слов при передаче вполне конкретной информации, обилие оценочной и экспрессивной лексики [цит. раб.: 76-77] – факторы, указывающие на высокую степень референтной и признаковой определенности, с другой стороны, регулярное использование эпистемических и эвиденциальных конструкций, выражающих мнение автора или лица, упомянутого в сообщении, посредством пропозитивных глаголов и отмечающих источник информации в виде чувственного (зрительного, слухового, др.) восприятия как источника информации автора и его логический вывод [10; 6: 93], соответственно. Таким образом, в стиле газетных сообщений преобладают актуализованные высказывания, передающие фактуальную информацию (конкретно-определенные и частично-определенные высказывания); предложения мнения, которые вводятся глаголами говорения, мнения, мыслительной деятельности или указывают на источник информации (неопределенные высказывания), занимают вторичную позицию: *The spat between Trump and the justice department began last month, when Corcoran appeared before the federal grand jury but invoked attorney-client privilege protections to avoid answering questions about his legal advice to Trump and his compliance with the May subpoena [13]. Johnson's dramatic return to the political limelight came as Rishi Sunak struggled to keep the Conservative party on track after a turbulent year, narrowly avoiding an overly damaging Commons rebellion on Brexit and finally publishing his long-awaited tax details in the middle of the lengthy evidence session [13].* – В обоих предложениях представлены актуализованные положения дел с референтными (определенными) (*Trump, Corcoran, Rishi Sunak, Brexit, the Conservative party, The spat between Trump and the justice department, the federal grand jury, Johnson's dramatic return to the political limelight, the lengthy evidence session*) и слабо-неопределенными именными группами (*attorney-client privilege protections, questions about his legal advice to Trump, a turbulent year, an overly damaging Commons rebellion on Brexit*). *Luís Montenegro, leader of the conservative Social Democratic party (SDP), launched his campaign in the northern district of Bragança, saying he was confident of a "great victory" for the three-party alliance he has formed with two smaller rightist parties [14].* – В данное предложение, наряду с определенной частью информации, включено переложение прямой речи Луиса Монтенегро, выражающего твердую уверенность в своей победе на выборах. Следовательно, вторая часть предложения представляет собой слабо-неопределенное высказывание.

Для научного стиля характерно использование слов в прямых или терминологических значениях, лишенных образности, терминов, присущих соответствующей области науки, личных предложений с подлежащим в первом лице множественного числа, пассивных и безличных конструкций, претендующих на объективность излагаемого (что особенно характерно для естественнонаучных текстов по сравнению с гуманитарными), логическая последовательность высказываний (характеризуемая в значительной степени причинно-следственными отношениями), которая поддерживается метатекстовыми элементами – связочными словами (союзами, союзными словами, наречиями: *that, and that, if, as, whether ... or, not merely ... but also, therewith, hereby; again, thus, finally*) [2; 5]. Пассивность и безличность предложений, их логическая последовательность представляют собой наряду с другими перечисленными особенностями научного стиля языковую основу аподиктических суждений. Согласно Философскому энциклопедическому словарю, термин «аподиктический» обозначает высшую степень логической достоверности знания и характеризует непреложную необходимость содержания высказывания [9: 31]. Несмотря на высокую степень обобщения аподиктических суждений, содержащееся в них знание рассматривается как истинное, поэтому мы относим его к определенным высказываниям. Естественнонаучным статьям и монографиям свойственно обилие аподиктических утверждений, подтверждаемых четкими аргументами: *If f is a real measurable function on an open set $\Omega \subset \mathbb{R}^N$ we extend f as the zero function in $\mathbb{R}^N \setminus \Omega$ and we*

define the one dimensional decreasing rearrangement of f as the rearrangement of such an extension. This means that $f^*(\sigma) = 0$ for $\sigma \in [|\Omega|, \infty)$. From the above definition it follows that $\mu f^* = \mu f$ (that is, f and f^* are equi-distributed) and f^* is exactly the *generalized right inverse function* of μf [19: 1739]. Помимо аподиктических высказываний в подобных текстах могут присутствовать предложения мнения, эксплицирующие процесс выведения нового знания, поддерживаемый приводимыми аргументами: On the other hand, we observe that our approach could be used in various contexts. As a matter of fact, because of the fact that Pólya-Szegő principle holds true in more general situations, the extension to various classes of nonlocal PDEs seems to be possible [цит. раб.: 1736]. Гуманитарные тексты несколько отличаются от естественнонаучных в сторону допущения более высокой степени неопределенности за счет использования модальных (помимо пропозитивных) предикатов и слабо-неопределенных именных групп: ...metaphorical concepts can be extended beyond the range of ordinary literal ways of thinking and talking into the range of what is called figurative, poetic, colorful, or fanciful thought and language. Thus, if ideas are objects, we can dress them up in fancy clothes, juggle them, line them up nice and neat, etc. So when we say that a concept is structured by a metaphor, we mean that it is partially structured and that it can be extended in some ways but not others [15]. - модальные предикаты: can be extended (2); can dress up; слабо-неопределенные именные группы: ordinary literal ways of thinking and talking; what is called figurative, poetic, colorful, or fanciful thought and language; in some ways but not others. В предложениях приведенного отрывка заметно стремление автора избегать прямолинейного изложения научных наблюдений (и достигать тем самым полной определенности) за счет более мягкого, ретушированного представления своих выводов с помощью средств неопределенности.

Приведенные замечания позволяют сделать вывод о том, что научный стиль порождает определенность высказываний, в то время как неопределенность есть сопутствующая характеристика, позволяющая вводить в выверенный с точки зрения истинности текст элемент субъективности.

Стилю художественной литературы свойственна образность, достигаемая различными способами: употреблением слов в более, чем одном значении, актуализацией контекстных значений языковых единиц, использованием тропов. Язык художественной литературы эклектичен, может включать элементы разных стилей - научного, разговорного, стиля официальных документов, если это необходимо по теме повествования. При наличии общих признаков данный стиль в высшей степени индивидуален, различаясь от автора к автору [2; 5].

Возвращаясь к понятиям определенности / неопределенности, отметим, что художественная литература изобилует всеми возможными типами определенных и неопределенных конструкций, хотя их концентрация зависит от индивидуального стиля автора, эпохи и жанра. Так, в фольклорной литературе актуализованные высказывания встречаются довольно часто и классифицируются как конкретно-определенные и частично-определенные. Например: There was once upon a time a good man who had two children: a girl by a first wife, and a boy by the second. ... She (the stepmother) gave her the money; and the little girl went, bought the candles, and started on her return. There was a stile to cross. She put down the candles whilst she got over the stile. Up came a dog and ran off with the candles. She went back to the grocer's, and she got a second bunch. She came to the stile, set down the candles, and proceeded to climb over. Up came the dog and ran off with the candles [20]. Согласно классической схеме построения сказки, вводное предложение английской народной сказки «The Rose-Tree» знакомит читателя с основными персонажами при помощи слабо-неопределенных именных групп (a good man, two children, a girl by a first wife, a boy by the second) и является частично-определенным предложением. Остальные предложения приведенного отрывка являются локализованными и содержат определенные и слабо-неопределенные именные группы.

В приключенческой литературе, где в фокусе внимания оказываются конкретные действия персонажей и их быстрая смена, удерживающая внимание читателя, также преобладают конкретно-определенные и частично-определенные предложения: Silver leant back against the wall, his arms crossed, his pipe in the corner of his mouth, as calm as though he had been in

church; yet his eye kept wandering furtively, and he kept the tail of it on his unruly followers [18: 158]. He drew some cognac from the cask into a tin cannikin [там же].

Особого внимания заслуживает передача речи персонажей. Известны три способа передачи речи героев: прямая, косвенная и несобственно-прямая речь. Начиная с 19 в. в англоязычных литературных произведениях отмечается тенденция к отказу автора от показа своего явного присутствия в излагаемых событиях и всезнайства в пользу передачи увиденного и услышанного через призму сознания персонажа [3]. Речь и мысли персонажей выражаются прямой и несобственно-прямой речью, в то время как косвенная речь представляется несколько тяжеловесной. Тем не менее, как прямой, так и косвенный и несобственно-прямой способы передают не только речь, но и мысленные рассуждения персонажей, в которых представлены ощущения, размышления, предположения, сомнения героев, выраженные, в свою очередь, такими языковыми средствами, как конструкции с пропозитивными глаголами (предложения мнения), модальными глаголами и модальными словами, предложения с глаголом в будущем времени, сослагательном наклонении, риторические вопросы и пр. Такие конструкции относятся к слабо- и сильно-неопределенным высказываниям. Например: I suppose you'd like to see Anne [17: 41]. – Прямая речь, предложение слабо-неопределенное. To be sure, they seem contented enough; but then, I suppose, they're used to it [цит. раб.: 9]. – Данное предложение представляет собой внутренний монолог героини, также слабо-неопределенное предложение. Privately she was of the opinion that Marilla Cuthbert swept that yard over as often as she swept her house [там же: 9]. – Косвенная речь, предложение слабо-неопределенное. "One can't trust these hippies, they'll do anything." [16]. – Прямая речь, предложение сильно-неопределенное.

Обратимся к стихотворной форме текста относительно особенностей распределения определенности и неопределенности. Стихотворный текст существенно отличается от прозаического, поэтому заслуживает более детального рассмотрения. Поэтический текст написан поэтическим языком – образным языком, которому свойственно в целях образной выразительности регулярное отклонение от нормативного употребления языковых единиц [7: 97]. Р.О. Якобсон говорит о поэтической функции, характерной для произведения художественной литературы [12: 7]. Суть поэтической функции заключается в направленности на сообщение (текст) ради него самого, прежде всего, если оно рассматривается как продукт (словесного) искусства. При построении текста автор использует такие основные механизмы, как селекцию и комбинацию. Селекция производится на основе эквивалентности, подобия и различия, синонимии и антонимии; комбинация – на основе смежности. Благодаря поэтической функции принцип эквивалентности проявляется в стихотворении не только на уровне селекции, но и на уровне комбинации [цит. раб.: 8], что, в свою очередь, приводит к символичности, полисемантической поэзии, т.к. эквивалентными становятся не только элементы фонологических цепочек, но и семантических единиц [цит. раб.: 20]. В поэтическом сообщении создается двойной смысл, соответствующий двойственности адресанта и адресата, а также референции [там же: 20], поскольку, как поясняют И.Б. Руберт и Ю.Г. Тимралиева, знак в художественном произведении более многослойно определяет референт по сравнению со знаком вне художественного сообщения [7: 148]. Это свойство отрыва сообщения от референтности позднее стало называться автореферентностью [там же], что отражает изолированность, отделенность мира поэтического произведения от реальности. По наблюдениям У. Эко, в стихах проявляется стремление к тому, чтобы богатство поэтических смыслов рождалось из неоднозначности самого сообщения, когда поэт намекает на многие движения и чувства, из которых читатель выбирает те, что ближе ему, дополняя их своими собственными ассоциациями [11: 129], поскольку, добавляет У. Эко, характерная особенность произведения искусства – быть неисчерпаемым источником опыта [цит. раб.: 66]. Из вышесказанного следует, что именные группы поэтического текста лишены четкой соотнесенности с внеязыковыми объектами и понятиями, они размыты и неопределенны, что вызывает множественность смыслов и ассоциаций. Например, в отрывке из поэмы «Наварра» Сесила Дзэ Льюиса именные группы неререферентны, включающие их высказывания не локализованы во времени и представляют собой сильно-неопределенные предложения, хотя,

стоит отметить, что поэма посвящена вполне конкретному реальному событию – подвигу баскских моряков, которые на утлом рыбацком судне «Наварра» приняли неравный бой с немецким крейсером [1: 755]:

Freedom is more than a word, more than the base coinage/ Of statesmen, the tyrant's dishonoured cheque, or the dreamer's mad/ Inflated currency. She is mortal, we know, and made/ In the image of simple men who have no taste for carnage/ But sooner kill and are killed than see that image betrayed./ Mortal she is, yet rising always refreshed from her ashes:/ She is bound to earth, yet she flies as high as a passage bird/ To home wherever man's heart with seasonal warmth is stirred:/ Innocent is her touch as the dawn's, but it unleashes/ The ravisher shades of envy. Freedom is more than a word [цит. раб.: 362].

В художественном тексте (поэтическом в особенности) языковые единицы приобретают многослойный смысл, актуализируя одновременно прямое и метафорическое значения или несколько значений многозначного слова. Так, фраза из стихотворения Льюиса *the base coinage* воспринимается в прямом значении «разменная монета» в сравнении «more than the base coinage» и в метафорическом смысле «низменные помыслы и поступки». Значение, связанное с деньгами, сильно, т.к. поддерживается последующими фразами «the tyrant's dishonoured cheque», «the dreamer's mad/ Inflated currency», вместе с тем те же фразы содержат негативную оценку, перекликающуюся с упомянутым метафорическим значением «низменные помыслы и поступки». Подобная многослойность смысловых ассоциаций, порождаемая поэтическим произведением, создает богатство образов, лишенных определенности и однозначности.

Если в стихотворении описывается конкретное событие, и в нем появляются референтные именные группы, тем не менее, срабатывает магия стихотворной формы – ритм, параллелизм, повтор, на фоне которых разворачивается особый мир произведения, представленный авторскими образами. Д.Г. Лоуренс «Snake»:

A snake came to my water-trough/ On a hot, hot day, and I in pyjamas for the heat,/ To drink there/ ...And voices in me said, If you were a man/ You would take a stick and break him now, and finish/ him off. / But must I confess how I liked him,/ How glad I was he had come like a guest in quiet, to drink/ at my water-trough/ And depart peaceful, pacified, and thankless,/ Into the burning bowels of this earth?/ ...Was it cowardice, that I dared not kill him?/ Was it perversity, that I longed to talk to him?/ Was it humility, to feel so honoured?/ I felt so honoured [цит. раб.: 206-210]. Смысл стихотворения приобретает многоплановость и, вместе с ней, неопределенность.

Положения, изложенные в данной статье, передают общие тенденции распределения определенных и неопределенных высказываний в текстах некоторых стилей и жанров и ждут своего подтверждения посредством статистических методов, а также расширения исследовательской базы в дальнейшем исследовании.

1. Английская поэзия в русских переводах. XX век. М.: Радуга, 1984. 848 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л.: Просвещение, 1973. 304 с.
3. Блинова О.А. Несобственно-прямая речь в английском языке: эволюция взглядов в западной лингвистике (1912-2012) // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. Том 10. Вып. 2. С.93–102.
4. Бондарко А.В. Теория функциональной грамматики. Л.: Наука, 1987. 348 с.
5. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. М.: Высшая школа, 1981. 334 с.
6. Козинцева Н.А. Категория эвиденциальности (проблемы типологического анализа) // Вопросы языкознания. 1994. №3. С.92–104.
7. Руберт И.Б., Тимралиева Ю.Г. Поэтический язык как объект лингвистических исследований. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/poeticheskiy-yazyk-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy> (дата обращения: 5.08.2023).
8. Теплоухов С.В. Методика идентификации и учета неопределенности исходной информации в ситуационных центрах. Дисс...канд. технич. наук. Краснодар, 2020. 150 с.
9. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983. 840 с.
10. Чигина Н.В., Петухова Е.И. Специфика газетного стиля // Международный научный журнал «Инновационная наука». №11-2. 2016. С.137–139.

11. Эко У. Открытое произведение: Форма и неопределенность в современной поэтике / пер. с итал. А. Шурбелева. СПб.: Акад. проект, 2004, 384 с.
12. Якобсон Р.О. Лингвистика и поэтика. URL: <https://liconism.com/images/documents/1035/Якобсон%20Лингвистика%20и%20поэтика.pdf> (дата обращения: 8.08.2023).
13. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/world/europe-news> (дата обращения: 22.03.2023).
14. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/world/europe-news> (дата обращения: 26.02.2024).
15. Lakoff G. and Johnsen M. Metaphors We Live by. London: The University of Chicago Press, 2003. URL: <https://sociosemiotics.net/files/Cognitive%20Linguistics%20-%20Lakoff,%20G%20&%20Johnson,%20M%20-%20Metaphors%20We%20Live%20By.pdf> (дата обращения: 10.02.2024).
16. Lurie A. Foreign Affairs. URL: <https://libcat.ru/knigi/proza/sovremennaya-proza/258401-26-alison-lurie-foreign-affairs.html#text> (дата обращения: 01.02.2023-15.07.2023).
17. Montgomery L.M. Anne of Green Gables. – Produced by Charles Keller, and David Widger. 2014. 181 p.
18. Stevenson R.L. Treasure Island. Octopus Books Limited. 1978. 623 p.
19. Vincenzo Ferone & Bruno Volzone. Symmetrization for Fractional Elliptic Problems: A Direct Approach. Digital Object Identifier (DOI) <https://doi.org/10.1007/s00205-020-01601-8> Arch. Rational Mech. Anal. 239 (2021). С.1733–1770.
20. English Folktale. URL: https://www.worldoftales.com/European_folktales/English_folktale_3.html#gsc.tab=0 (дата обращения: 14.02.2024).

Гибралтарская О.Н.

Дисциплина по выбору в рамках филологического образования

*Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека
(Узбекистан, Ташкент)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-118

Аннотация

Наряду с обязательными теоретическими и историко-филологическими курсами в области языкознания и литературоведения, межкультурной коммуникации, актуальным является внедрение в современный образовательный процесс подготовки филологов дисциплин по выбору, разработка которых осуществляется на основе научных изысканий в рамках диссертаций и монографических исследований.

Ключевые слова: дисциплина по выбору, сравнительное литературоведение, фольклор, литература, жанр.

Abstract

Alongside the mandatory theoretical and historical-philological courses in linguistics and literary studies, intercultural communication, it is essential to incorporate elective disciplines into the contemporary educational process for training philologists, their development based on scientific inquiries conducted as part of dissertations and monographic studies.

Keywords: elective discipline, comparative literature, folklore, literature, genre.

Филологическое образование, существующее в условиях кредитно-модульного обучения, направлено, в первую очередь, на подготовку квалифицированных кадров, обладающих знаниями в области общего языкознания, теории литературы, межкультурной коммуникации, одинаково владеющих умениями и навыками лингвистического и литературоведческого анализа художественного текста. Наибольшую актуальность в этом отношении представляет разработка дисциплин по выбору и внедрение в учебный процесс на 3 и 4 курсе бакалавриата.

В Национальном университете Узбекистана таких дисциплин запланировано 6 на 3 году обучения и 2 на 4 курсе по каждому направлению бакалавриата: «Русский язык в иноязычной группе» и «Филология и обучение языкам (русский язык)» (очное и вечернее отделение). В рамках традиций классической фундаментальной филологической школы на 3 курсе три из них освещают специфику лингвистического анализа и три – литературоведческого подхода; по одному – на 4 курсе.

По требованию кредитно-модульного обучения каждая дисциплина представлена в нескольких вариантах, чтобы у студентов был выбор. Так, например, для направления бакалавриата: «Русский язык в иноязычной группе» были предложены следующие дисциплины по выбору: «Русская литература в контексте других видов искусства» / «Художественный текст в аспекте межкультурной коммуникации», «Литературоведческий анализ художественного текста» / «Жанр новеллы в зарубежной литературе второй половины XX века»; для «Филология и обучение языкам (русский язык)» (очное отделение) – «Современный литературный процесс в мировой литературе» / «Мифопоэтический аспект анализа русскоязычных повестей», «Современный литературный процесс» / «Русская проза начала XXI века» / «Повествовательные стратегии современных русских писателей»; для направления «Филология и обучение языкам (русский язык)» (вечернее отделение) – «Литературная компаративистика» / «Анализ прозаического текста», «Нобелевские лауреаты по литературе» / «Современный читатель: восприятие литературы». Все они разработаны ведущими специалистами кафедры русского литературоведения: докторами философии по филологическим наукам (А. М. Балтабаева), кандидатами филологических наук, доцентами (М. Н. Низамова, Д. А. Хатамова), доцентами (Н. Х. Алимova), докторами филологических наук (Е. М. Каминская, О. Н. Гибралтарская) и доктором филологических наук, профессором (С. Э. Камилова).

Дисциплины по выбору соотносятся как с обязательными курсами, так и с профилирующими предметами и разработаны на основе научных изысканий в рамках диссертационных и монографических исследований («Пути развития литературы Великобритании второй половины XX – начала XXI века» [4], «Современный рассказ: содержательные векторы и повествовательные стратегии» [2], «Поэтика прозы С. П. Бородин. Текст. Контекст. Метатекст» [3], «Адабиётшунослик терминларида идентификация ва мукобиллик муаммолари» [6], «Память персонажа как форма выражения внутреннего мира героев» [1]). В частности, дисциплина по выбору «Фольклорные мотивы в романах современной русской литературы» соотносится с обязательным курсом «Цифровые и информационные технологии», поскольку в лекционных материалах использованы возможности видеоуроков, электронных дидактических технологий, презентаций, построения схем, графиков, диаграмм, таблиц; имеет непосредственную связь с профилирующими предметами: «Введение в литературоведение», «Фольклор», «История русской литературы», поскольку на практических занятиях используются знания, полученные в рамках этих дисциплин, закрепляются умения и навыки литературоведческого анализа текста; разработана на основе научных изысканий в рамках диссертации «Репрезентация художественных систем М. А. Булгакова, А. П. Платонова, Б. Л. Пастернака в современной русскоязычной литературе» и монографических исследований «Смена системы художественных координат: от прозы к драматургии», «Культурная парадигма XX века в творчестве Д. Андреева», «Вопросы подготовки филологов-русистов в высшей школе».

Таким образом, дисциплина по выбору «Фольклорные мотивы в романах современной русской литературы» базируется на том факте, что в современной русской литературе ключевое значение приобретают явления рецепции, репрезентации, интерпретации; выявление, анализ и систематизация фольклорных мотивов в романах таких современных писателей, как Д. Рубина, Г. Яхина, А. Васильева позволят привить навыки не только традиционного литературоведческого анализа, но и умение применять различные методологии, в частности, герменевтического, когнитивного, синергитического подхода; материал дисциплины по выбору позволит расширить кругозор студентов и углубить теоретические знания в профессиональной филологической сфере.

По такому же принципу разработана дисциплина по выбору «Аксиосфера русскоязычной поэзии Узбекистана», поскольку русскоязычная поэзия Узбекистана позволяет на практике применить различные типы анализа поэтического текста, дать представление о глубине, динамике и закономерностях развития современного литературного процесса; обучить студентов современным методам анализа поэтического текста с применением принципов ценностного подхода; познакомить на профильном уровне с понятием «аксиосфера»; привить

студентам навыки аксиологического анализа. В целом курс направлен на развитие ценностного понимания произведений искусства, умение вписывать частные случаи литературного процесса в общую парадигму культуры.

Дисциплина по выбору «Мифопоэтический аспект анализа русскоязычных повестей» позволяет констатировать, что в содержании русскоязычных повестей, в их формальном исполнении фундаментальную роль играют мифопоэтические образы, жанровые модификации, нацеленные на создание современного мифа, структуры, соединяющие различные типы сознания. Так, в повестях А. Устименко, А. Фазиолова, В. Васильева мифологическое сознание представлено посредством образов, стилистических особенностей, специфических заглавий. Именно этот аспект позволит проанализировать специфику среднего эпического жанра, занимающего ключевое место в современной русскоязычной прозе. Таким образом, данная дисциплина позволит выявить общие и частные, характерные для русской и русскоязычной литературы, закономерности.

В контексте межкультурной коммуникации особую актуальность имеет дисциплина по выбору «Сравнительное литературоведение», поскольку позволяет использовать категориальный аппарат сравнительно-исторического и сопоставительно-типологического методов, в частности, предполагает оперирование такими понятиями и терминами, как «традиция», «память культуры», «влияние», «заимствование»; сформировать умение характеризовать типы художественных взаимодействий, выявлять генетическо-контактные связи и основные типы аналогий, в частности, в фольклоре разных народов (провести сравнительный анализ сказок «Морозко» и «Зумрад и Киммат»); овладеть навыками сравнительного анализа жанров («сказка», «поэма», «повесть»), литературных направлений («романтизм», «реализм», «модернизм», «постмодернизм»), стадийности литературного процесса («стадия слиянности человека с природой», «стадия слиянности человека с богом», «стадия надежд и иллюзий», «стадия утраченных иллюзий» [5]). И в итоге определить перспективные направления сравнительного литературоведения, в частности, имагологическое, предполагающее сравнительное изучение законов функционирования и интерпретации образов.

В целом, в результате освоения дисциплин по выбору студенты бакалавриата должны: иметь представление об особенностях современного состояния науки в гуманитарной сфере, основных подходах в решении актуальных проблем русской филологии, о полемическом характере теоретических положений, освещенных в диссертациях и монографиях, что обусловлено социально-экономическими изменениями, происходящими в мире; уметь использовать методологию гуманитарных наук и категориальный филологический аппарат, рассматривать основные методы и приемы анализа художественных произведений, критически пересматривать приобретенный опыт, при необходимости менять вид и характер своей профессиональной деятельности; иметь навыки осуществлять самостоятельную аналитическую и интерпретационную работу с художественным текстом, использовать термины и понятия сравнительно-сопоставительного, герменевтического и аксиологического методов, проведения научных исследований с применением компьютерных технологий, обладать компетенциями для применения результатов научных исследований на практике.

1. Алимova, Н. Х. Память персонажа как форма выражения внутреннего мира героев // Русскоязычная литература Узбекистана. Нижний Новгород: Открытое знание, 2022. С. 6-17.
2. Камилова, С. Э. Современный рассказ: содержательные векторы и повествовательные стратегии. Т., Фан ва технологиялари, 2016.
3. Каминская, Е. М. Поэтика прозы С. П. Бородина. Текст. Контекст. Метатекст. М.: Перо, 2021.
4. Низомова, М. Н. Пути развития литературы Великобритании второй половины XX – начала XXI века. Т.: НУУз, 2017.
5. Теория литературы. М.: ИМЛИ РАН, 2001.
6. Хатамова, Д. А. Адабиётшунослик терминларида идентификация ва мукобиллик муаммолари. – Т.: МУМТОЗ СУЗ, 2020.

Горшунов Ю.В.

Джентилизмы как маркер культурного, социального или возрастного статуса говорящего

Уфимский университет науки и технологий (Бирский филиал)
(Россия, Бирск)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-119

Аннотация

В статье рассмотрены эвфемизмы, мотивированные этическими, социальными, психологическими и иными факторами, покрываемые термином *genteelism* и отражающие социально-культурный и возрастной статусы говорящего.

Ключевые слова: джентилизм, эвфемизм, этические, социальные, психологические факторы

Abstract

The article considers euphemisms motivated by ethical, social, psychological and other factors, covered by the term *genteelism* and reflecting the socio-cultural and age status of the speaker

Keywords: gentilism, euphemism, ethical, social, psychological factors

В статье рассмотрим эвфемизмы – смягчающие обозначения какого-либо предмета или явления, более мягкого выражения вместо грубого [11, с. 533], мотивированные этическими, религиозными, социальными и психологическими факторами, покрываемые термином *genteelism*, который авторы «Словаря трудностей английского языка» определяют как эвфемизм, заменяющий обидное или оскорбительное обозначение мягким или непрямым обозначением, приводя такие примеры, как *bosom* (вместо *breast, chest*); *dentures* (вместо *false teeth*); *expectorate* (*spit*); *odour* (*smell*); *perspire* (*sweat*); *retire* (*go to bed*); *soiled* (*dirty*), хотя заменяемое общеупотребительное обозначение лишено негативных коннотаций [6, с. 309-310], и нет ничего зазорного или предосудительного в его употреблении. слово *genteelism* (джентилизм) было «изобретено» автором книги *Modern English Usage* Х. У. Фаулером в 1926 году. Лексикограф определил его как замену обычного естественного слова, которое первым приходит в голову, другим синонимичным ему, которое воспринимается как менее затасканное в устах толпы, менее фамильярное, плебейское, менее вульгарное. Среди приведенных им примеров были *assist* (вместо *help* — помочь); *edifice* (вместо *building* — здание); *endeavour* (*try* — пытаться); *donation* (*gift* подарок); *save* (*except* — кроме, исключая); *stomach* (*belly* — живот); *tight* (*drunk* — пьяный); *scholar* (*pupil* — ученик); *college* (*school* — школа). с тех пор как Фаулер создал список, он, естественно менялся, но *genteelisms* всё ещё существуют в языке, например, *expectorate* (*spit* — плевать).

Причины замены объяснимы не только социальными или историческими запретами, как это было в прошлые столетия в Англии и Америке, когда избегали произносить такие слова, как *breast, leg*, и потому, даже говоря о курятине или говядине, употребляли словосочетания *white meat* и *black meat*, чтобы избежать чувства неловкости, стыда, психологического дискомфорта или произвести более благоприятное впечатление на собеседника.

Темы, вызывающие у человека чувство стыда или неловкости, затрагиваются в многочисленных работах, например, [1], [4], [5], [3], [2], [7], [8], [9], [14], [16], [17] становятся предметом иносказания, которое нередко принимает форму жеманства, манерности, претенциозности, напускной скромности, показной набожности, приписываемым джентилизмам. А. А. Реформатский, цитируя Н. С. Лескова, приводит примеры особых эвфемизмов, возникших в жеманной мещанской среде типа «марьяжный интерес» вместо «беременная» [10, с. 106]. Стыдливые темы касаются в первую очередь физиологии, интимных частей тела (и предметов одежды, прикрывающих их), секса. Викторианский словарь изобилует словами-джентилизмами вроде *frillies, unmentionables, inexpressibles* [16, с. 6], которые хорошо отражают шок, испытываемый обывателем при встрече с предметами и

темами, о которых было не принято говорить на людях. Тенденция облагораживать свою речь за счет джентилизмов была особо ощутима у американских дам 19 века [16, с. 8]. Многие примеры джентилизмов Америки 19 века воспринимаются сегодня с улыбкой: *he-biddy* - петух (cock, пока его не заменило слово *rooster*), *he-cow* - бык (*bull*) [17, с. 210], *lady-dog* - сука (*bitch*) [17, с. 241], а также *seed-ox* (*bull*), *sheep buck* (*ram*). Во многих случаях джентилизмы были продиктованы пуританской моралью: “can you wonder that when we first went there our hearts sank? You’ll hardly believe me when I tell you it was impossible to find a *single good girl* in any of the villages.” She used the word *good* in a severely technical manner. [15, с. 30]. Так говорит о девственности миссионерка в рассказе С. Моэма. Она же употребляет выражение *lower extremities*, когда сообщает, что на балу у губернатора всем женщинам давали наволочки, чтобы уберечь их ноги от укусов мошкары: When you’re asked to a party at Government House at Apia you’ll notice that all the ladies are given a pillow-slip to put their – *their lower extremities* in.” [15, с. 35]. В наше время, говоря об эрекции и мужских гениталиях, женщины могут употребить джентилизмы *maleness* и *hardness*: Her eyes were drawn to the crotch of his jogging pants where his *maleness* made an impossible lump. [12, с. 349]. She wanted him in her mouth. She wanted to feel his *hardness*, the beat of his *maleness*. [13, с. 452]. Наблюдения показывают, что джентилизмы по-прежнему характерны для речи женщин, взрослых и зрелых по возрасту (молодые люди более раскованы и не особо заботятся о соблюдении приличий) и, таким образом, отражают гендерный, социально-культурный и возрастной статус говорящего. По большей части их употребляют представители среднего класса, считающие подобное использование эвфемизмов характеристикой аристократической и интеллигентной части общества, т. е. с претензией на причастность к элитарной культуре, в тех случаях, когда прямое обозначение воспринимается как излишне откровенное или даже вульгарное, однако чрезмерное употребление джентилизмов создает впечатление неестественной и аффектированной речи, несмотря на мотивированность приличиями или стремлением придать своей речи налет благородности.

1. Вильданова 2011: Вильданова Г. А. Эвфемия и принцип вежливости в современном английском языке: гендерный аспект: монография. Бирск: Бирск. гос. соц.-пед. акад., 2011. 158 с.
2. Горшунов 2020а: Горшунов Ю. В. Эвфемизмы и дисфемизмы на тему прерывания беременности // Язык и литература в поликультурном пространстве. Материалы Международной научно-практической конференции. 2020. С. 42-47.
3. Горшунов 2020б: Горшунов Ю. В., Горшунова Е. Ю. английские эвфемизмы и дисфемизмы на тему физиологии женщины (менструация) // Австрийский журнал гуманитарных и общественных наук. №9-10, 2020. С. 33-42.
4. Горшунов 2021в: Горшунов Ю. В. Возраст как объект эвфемизации и политкорректности // Вестник Башкирского университета. 2021. Т 26. № 4. С.1020-1026.
5. Горшунов, Горшунова 2021: Горшунов Ю. В., Горшунова Е. Ю. английские эвфемизмы на туалетную тему // Наука России: Цели и задачи. Сборник научных трудов по материалам XXVI международной научно-практической конференции 10 апреля 2021 г. Изд. НИЦ «Л-Журнал», Часть 3. 2021. С. 36-40.
6. Гринбаум, Уиткат 1990: Гринбаум С., Уиткат Дж. Словарь трудностей английского языка. – М.: Рус. яз., 1990. 786 с.
7. Кацев 1988: Кацев А. М. Языковое табу и эвфемия: учеб. пос. к спецкурсу. – Л.: ЛГПИ им. А. И. Герцена, 1988. – 80с.
8. Крысин 2000: Крысин Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). М.: Языки русской культуры. 2000. С. 384-408.
9. Москвин В. П. Эвфемизмы в лексической системе современного русского языка / В. П. Москвин. – М: ЛЕНАНД. – 2010. – 264 с.
10. Реформатский 2002: Реформатский А. А. Введение в языковедение. М.: Аспект Пресс, 2002. 536 с.
11. Розенталь, Теленкова 1976: Розенталь Д. Э. и Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2., испр. и доп. М.: Просвещение, 1976. 543 с.
12. Collins. Hollywood Wives: Collins, Jacky. Hollywood Wives. Pan Books, 1984. 522 p.
13. Collins. Lucky: Collins, Jacky. Lucky. Pan Books, 1986. 639 p.
14. Keyes R. Unmentionables. UK: Hachette, 2010. 300 p.
15. Maugham. Rain: Maugham, W. S. Rain. In: Rain and Other Short Stories. Progress Publishers, Moscow, 1977. 407p. (P. 25-83).

16. Neaman, Silver 1995: Neaman Judith S., Silver Carol G. Book of Euphemism. Wordsworth Editions Ltd, 1995. 409p.
17. ODE 2008: Oxford Dictionary of euphemisms: How not to Say What You Mean. / R. W Holder. Oxford University Press, 2008. 412 p.

Горшунов Ю.В.

Рифмованный сленг как источник новых слов

*Уфимский университет науки и технологий (Бирский филиал)
(Россия, Бирск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-120

Аннотация

В статье представлены слова и выражения, вошедшие в широкий обиход, являющиеся производными единицами от рифмованного сленга или мотивированные рифмованным сленгом. Многие популярные рифмы редуцируются носителями языка, теряя свой рифмующийся компонент. Редуцированная рифма начинает жить собственной жизнью и нередко становится более употребительной чем ее полный коррелят. По сути, речь идет о трансформации и мимикрии рифмованного сленга, о появлении трансформированного или преобразованного и потому неузнаваемого рифмованного сленга, образования нового слова, обособившегося от коррелята. Таким образом, рифмованный сленг рассматривается как источник новых разговорно-сниженных слов, синонимичных общеизвестным и стилистически нейтральным словам.

Ключевые слова: рифмованный сленг, рифма, дериват, коррелятивная пара

Abstract

The article presents words and expressions derived from rhyming slang rhymes or motivated by rhyming slang that have come into wide use. Many popular rhymes are reduced by native speakers by losing the rhyming component. The reduced rhyme takes on a life of its own and often becomes more common than its full counterpart. In fact, we are talking about the transformation and mimicry of rhyming slang, the appearance of a transformed or modified and therefore unrecognizable rhyming slang, the formation of a new word, isolated from the correlate. Thus, rhyming slang is considered as a source of new colloquial words, synonymous with well-known and stylistically neutral words.

Keywords: rhyming slang, rhyme, derivative, correlative pair.

Статья посвящена теме изучения и описания единиц, производных от рифмованного сленга (РС) или восходящих к РС, затронутую нами ранее в работе [1].

Лингвисты, занимающиеся проблемами РС, и, в частности, составители словарей РС отмечают в качестве одной из заметных тенденций его употребления тенденцию к свертыванию, редуцированию рифмы, которая нередко становится употребительной в своей новой версии. [2], [3], [6] и др.

В предисловии к своему краткому словарю *Cockney Rhyming Slang* его составитель Дерек Перкинс называет три причины, почему изучение РС оказывается таким увлекательно-захватывающим занятием. РС, во-первых, это живой и постоянно изменяющийся язык, во-вторых, что, по сути, является хорошей иллюстрацией первого утверждения, **рифмующаяся фраза часто опускается**, в результате чего аутсайдеры, незнакомые с идиомой, остаются в полном неведении (так, для **plates of meet** (feet) обычный РС **plates: these canoes 'ain't 'arf 'urting me plates**. [*Canoes – shoes*] [6, с. 3]. И, наконец, РС играет красками и передает живость и колорит речи кокни в устной форме, в речевой стихии.

Составитель словаря *The Big Book of Rhyming Slang* Джонатон Грин во Введении пишет о том, что РС может, конечно, оказаться непонятным для неподготовленного слушателя и поставить его в тупик, а его усеченная форма может к тому же добавить секретности, как например, употребление **Barnet** для **hair** («волосы», а не полностью **Barnet Fair**), но основной

принцип является неизменным: некто берет слово, которое хочет описать, и вместо него употребляет короткую фразу, обычно из двух, но часто из трех слов, последнее слово которой рифмуется со словом, для которого оно является синонимом. [3, с. 9]. Как бы там ни было, примечательной особенностью использования рифмованного сленга является то, что последний элемент или элементы рифмы с течением времени, как правило, опускаются. Таким образом, **Barry Crocker** («Барри Крокер») ‘shocker’ становится **Barry, deuce and ace** («двойка и туз») становится **deuce** (‘face’), **elephant’s trunk** («хобот слона») становится **elephant’s** (‘drunk’, «пьяный») и так далее. Обычно такие сокращения становятся более частотными и употребительными по сравнению со своими полными формами: **bristols** ‘titties’ («сиськи») вместо **Bristol cities, iron** «roof» («гей») вместо **iron hoof, orchestras** ‘balls’ («тестиккулы») вместо **orchestra stalls**. И, что важно, для многих из них их происхождение с течением времени становится настолько неясным, что, вероятно, немногие пользователи осознают, что используемые ими слова начинались как рифмы: **cobblers** «бред», из **cobbler’s awls** ‘balls’, **dogs** ‘feet’ («ноги») из **dog’s meat; rammies** «штаны» из **round the houses** ‘trousers’; **tod** (как **on one’s tod** «один»), из **Tod Sloan** ‘alone’ и т. д. [2, с. XV].

С XIX века бытуют выражения рифмованного сленга, образовавшие коррелятивную пару вроде **china/china plate** в значении **mate** (особенно в выражении “**me old china**”), **loaf/loaf of bread** в значении **head** (обычно в выражении **use your loaf!**), **butcher’s/butcher’s hook** в значении **look** (обычно в выражении **Let’s ‘ave a butcher’s**), **barnet/Barnet Fair** в значении **hair** и многие другие. Таким образом, употребительны как самостоятельные слова **china = mate, loaf = head, butchers = look, barnet = hair**. абсолютно нормально звучит урезанное выражение от **butcher’s**, если оно употреблено в контексте, когда просят обратить внимание на что-либо: **Take a butcher’s at that!** - Взгляни на это! (вместо **Take a butcher’s hook at that!**), а также: **Let’s go for a Ruby!** - Давайте съедим/закажем карри! (вместо **Ruby Murray = curry**); **Hello me old China** - Привет, дружище (вместо **China and plate = mate**).

В общении на бытовом уровне часто встречаются высказывания типа: **Give us a butchers** — Дай(те) посмотреть; **Take a butchers at that** — Взгляни-ка на это. **Do you want a butchers?** — Хочешь посмотреть? Приведем пример из художественной литературы: **Because you had warned me to be on the lookout, I went to take a butcher’s and found the car hidden under the branches.** [7, с. 90 (в речи егеря)].

Получается, что некоторые слова английского языка, производные от единиц рифмованного сленга кокни, настолько укоренились, что затмили свою производящую рифму.

Наглядным примером может послужит история слова **barnet**, деривата рифмы **Barnet Fair** соотносимой в языке кокни со словом **hair** (волосы). Барнет — район в Северном Лондоне, в котором впервые в 1588 г. прошла ярмарка лошадей. какое-то время это была единственная крупная ярмарка во всей Южной Англии. Популярность ярмарки, проводимой в сентябре, выросла с появлением железной дороги и прокладкой новых железнодорожных путей к соседней станции в 1850 г. Для многих лондонцев Барнетская ярмарка была замечательным ежегодным праздником. В середине XIX в. был зафиксирован криминальный жаргон и язык кокни, выражения из которых употребляются до сих пор. Среди них и **barnet**: **I think you ought to do something about your barnet. You can’t go to a job interview looking like that.** — Я думаю, ты должна что-то сделать со своими волосами. Ты не можешь пойти на собеседование в таком виде. Приведем пример их художественной литературы:

He caught Gavin’s eye, and winked. ‘Barnet’s wet,’ he said: don’t want to catch cold. [4, с. 63].

Некоторые хорошо освоенные сокращения рифмованных единиц со временем могут сами приобрести рифмы, вернуться в лоно РС! Так произошло и с комментируемым здесь словом **barnet**, которое в 60-е годы XX века обзавелось рифмой **Alf Garnett** [1960-70] = **barnet** (the hair), как в примере: **Been in the barbers to get something done about me Alf Garnet.** Рифма эксплуатирует имя персонажа телевизионного ситкома Джонни Спейта “**Till Death Us Do Part**” («Пока смерть нас не разлучит») и сериала “**Till Death**” и “**In Sickness and in Health**”. Персонаж, созданный Джонни Спейтом, был сыгран Уорреном Митчеллом. Альф Гарнетт – человек из рабочего класса, который вечно жалуется на то, что много работает и при этом живет за чертой бедности. стойкий сторонник Консервативной партии, он, однако, не поддерживает политику

Маргарет Тэтчер. В сериалах и фильмах Альф всегда изображается курильщиком трубки, обычно курящим табак St Bruno. Как правило, Альф винит в своих проблемах всех, кроме себя. обычной мишенью его гнева и разочарования является его семья. сварливый, но правдивый и открытый человек, отец семьи кокни, Альф Гарнетт по иронии судьбы лысый! Имя персонажа стало стандартным описанием любого, кто разглагольствует о мире в целом.

Заслуживает комментария сленговое слово **berk** [Brit. sl.] = **burk, burke**, a stupid person, a fool, an incompetent - болван, дурак: You might have told me it was a formal affair – I felt a right berk in jeans and T-shirt [5, с. 105], а также значение vagina, которое появилось в языке благодаря РС в результате сокращения рифм **Berkeley hunt** или **Berkshire Hunt**, рифмующимися со сленговым словом **cunt** в значении an unpleasant or stupid person: **Berkeley hunt** (also **Berkshire hunt, Burlington hunt**) [1930s] 1) the vagina. 2) a fool, an incompetent. [**Berkley hunt = cunt**] [3, с. 33]. к концу 1940-х сокращенная форма **berk** приобрела такое широкое распространение в значении 'fool', что первоначальная форма и значение постепенно стирались в памяти [2, с. 33]. Для слова **berk** кокни подобрали ряд рифм. Одна из них - рифма **Charlie Smirke** [1970s+] = **berk**, a fool - отдает дань уважения Чарльзу Джеймсу Уильяму Смирку, который был одним из выдающихся жокеев своей эпохи. спортивная карьера Чарли Смирка выпала на 1922-53 годы. [1]. Четыре победы жокея в Дерби, наряду с другими успехами, дают ему полное право стоять в одном ряду с выдающимися британскими жокеями сэром Гордоном Ричардсом, Гарри Рэггом и Лестером Пигготтом. Кстати, последние два жокея, также как и Чарли Смирк, получили прописку в РС, что является свидетельством любви англичан к скачкам и данью уважения к жокеям (**Harry Wragg** [20C] = a **fag**, a cigarette (*разг.* сигарета) и **Lester Piggot = bigot** (фанатик, изувер). Самоуверенный, почти агрессивный характер Смирк позволил ему конкурировать с самыми одаренными представителями своей профессии. Как наездник он был известен своими навыками, силой и тактическим интеллектом. [8]. В нашей картотеке РС помимо рифмы **Charlie Smirke** для **berk** в значении a fool есть еще две синонимичные рифмы: **Joe Erk = 1) berk**; 2) **jerk** (**joe** - *разг.* «парень», «человек»; **erk** - *презр.* «болван», «чайник» (о человеке) и **physical jerk = berk**, причем обе рифмы возникли совсем недавно и еще не зарегистрированы авторитетными словарями РС. [1].

ситуацию с созданием новых рифм комментирует Джон Эйто: если сокращенная версия достаточно прочно зарекомендовала себя, она, в свою очередь, становится подходящей игрой для рифмы, как в случае с **Lenny the Lion** («Лев Ленни»), рифмующий сленг для '**iron**' в значении '**poof**' («гей») [2, с. XV-XVI]. Обособленная нерифмованная часть рифмы утвердилась в языке и стала предметом дальнейшей словесной игры. Ряд подобных примеров получили лингвистический и социокультурный комментарий в нашей работе [1].

Подведем итоги. заметной и заслуживающей внимания чертой рифмованного сленга является опущение конечного компонента/компонентов (реже – начального) хорошо знакомой или популярной частотной рифмы. Сокращенная форма начинает жить своей жизнью и нередко становится более употребительной чем ее полный коррелят.

Отмечена новая тенденция, когда некоторые хорошо освоенные сокращения рифмованных единиц, обособившись, могут сами с течением времени приобретать рифмы и вернуться в лоно рифмованного сленга. Отмеченная тенденция еще не была предметом специального лингвистического исследования.

1. Горшунов Ю. В. Дериваты, восходящие к рифмованному сленгу // Modern Humanities success. №3, 2019. С. 130-134.
2. Ayto, John. Oxford dictionary of Rhyming Slang. Oxford University Press, 2003. 309p.
3. Green, Jonathon. The Big Book of Rhyming Slang. Cassell, 2002. 334 p.
4. Elizabeth Jane Howard. Getting it Right. Penguin Books, 1983 (1982). 286p.
5. Longman Dictionary of English Language and Culture. New edition, 1998. 1568p.
6. Perkins, D. C. Cockney rhyming Slang. A domino Book, 2004. 48p
7. smith, Wilbur. Vicious Circle. 2014: Pan Books. 462 p.
8. <https://www.independent.co.uk/news/people/obituary-charlie-smirke-1468792.html>

Зайдиева Л.М.

Английские заимствования в русском языке на тему «еда»

*ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный
университет народного хозяйства»
(Россия, Махачкала)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-121

Аннотация

На сегодняшний день самым распространенным языком в мире является английский. Во многих странах он принят в качестве официального и общественного языка.

Каждый год его изучает всё больше людей, английский становится универсальным языком общения людей разных национальностей и культур.

В данной теме актуальность обуславливается тем, что воздействие английского на русский язык значительно прибавилось в следствии новых открытий в разных сферах жизни, появилась необходимость ввода новых слов для обозначения новых предметов. Английские заимствования применяются в экономике, бизнесе, спорте, политике, работе, науке и еде. В данной статье будут рассматриваться английские заимствования в сфере еды.

Ключевые слова: англицизм, заимствованные слова, роль, английский язык.

Abstract

By far the most widely spoken language in the world is English. In many countries, it is accepted as an official and public language. More and more people study it every year, and English is becoming the universal language of communication for people of different nationalities and cultures. In this topic, the relevance is due to the fact that the impact of English on the Russian language has significantly increased as a result of new discoveries in various spheres of life, there is a need to introduce new words to denote new subjects. English borrowings are used in economics, business, sports, politics, work, science and food. This article will consider English borrowings in the field of food.

Keywords: Anglicism, loanwords, role, English language.

Английские слова, приобретенные русским языком, называются англицизмами. Можно заметить, что англицизмы быстро вжились в русскую речь с 90-х годов прошлого века и до сих пор занимают важное место в жизни любого человека.

Нашему поколению легче выразить свои мысли и чувства, пользуясь английским языком. Значительный поток англицизмов наблюдается на сегодняшний день, в эпоху Интернета и распространения компьютерных игр.

Какова роль заимствований из английского языка в современном русском языке?

Заимствования получили широкое распространение в повседневной речи, вошли в нашу лексику, и это достаточно неоднозначно, поскольку, с одной стороны, заимствованные слова хороши, потому что появляются новые понятия и выражения, тем самым обогащая нашу речь. С другой стороны, язык засоряется, потому что иногда люди заменяют уже существующее слово, например фейк – ненастоящее.

В большинстве случаев заимствование иностранной лексики связано с тем, что соответствующее понятие отсутствует в основе русского языка. Так появляются англицизмы в сфере еды, например: попкорн, гамбургер, чипсы, ланч, йогурт и т. д.

Дабы понять, заимствовано ли слово в русском языке, нужно глянуть на частицы слова. Особенно часто встречаются следующие частицы:

- дж – j/g;
- инг – ing;
- мен(т) – men(t);
- ер – er;

- тч – (t)ch;
- ция – tion.

джем – jam (джем, варенье);
 бургер – a burger (бургер);
 сэндвич – a sandwich (бутерброд);
 крекер – to crack (ломать);
 панкейк – a pan (сковорода), a cake (торт);
 ростбиф – roast (жареная), beef (говядина);
 хот-дог – hot (горячая), a dog (собака);
 чипсы – chips (жареный хрустящий картофель).

В предлагаемой статье мы намерены рассмотреть лексико-словообразовательную структуру нескольких частотных англицизмов тематической группы «еда», вошедших в активную лексику русского языка в последнее десятилетие.

Каждый день дома и на работе люди используют в своей речи иностранные слова на русском языке и возможно не в курсе, что они имеют отношение к англицизмам, поскольку они используются постоянно и на ежедневной основе для общения на работе, для похода в магазин, посещения спортивных учреждений или поликлиники.

Привычные английские слова в русском языке можно разделить на следующие виды:

1. Заимствованные по фонации, например: teenager – подросток.
2. Гибридные, когда английские слова преобразились благодаря русским суффиксам или окончаниям, например: креативный – creative.
3. Похожие, когда позаимствованные слова похожие на русские и не разнятся по правописанию и звучанию, например: меню – menu.
4. Экзотизмы – англицизмы в русском языке, обозначающие действия или предметы, которых не наблюдается в привычном языке, например: хот-дог – Hot Dog.
5. Варваризмы синонимы, которые обозначают простые вещи, например: вау – wow.
6. Композиты – когда выражение создается из двух иностранных слов, например: супермаркет – supermarket.
7. Жаргонизмы – слова позаимствованные из английского и употребляемые в просторечии, например: клевый от clever – умный.
8. Лжеанглицизмы – это выражения, которые создаются из новых слов для двух языков и активно применяющиеся во время общения, например англицизмы примеры: люкс-тур.
9. Профессионализмы – слова или выражения, которые используются в определенной специальности, например: коворкинг, лизинг, бриф, инструкция.
10. Жаргонизмы – фразы, которые захламляют речь.

Заимствования, которые происходят в русском языке, способствуют обогащению словарного запаса, а также являются источником новых словосочетаний и выражений, которые помогают нам создавать новые определения, внедряемые в привычную и стабильную жизнь человечества.

Большинство экспертов полагают, что из-за внедрения англицизмов великий и могучий русский язык умирает, так как некоторые привычные слова больше не используются и отходят в историю.

Слово, приобретенное из английского языка, не всегда вредит нашему русскому, но немаловажно не забывать, что чем больше расширяется английскость, тем менее используется великий русский язык и мы отодвигаем его на второе место.

В русском языке слова, позаимствованные из иностранного, стали естественными и привычными, поскольку отношения между странами становятся гораздо более активными и дружественными, обновляются культурные и социальные связи.

Названия блюд, взятые из английского языка:

- Jam (джем) – сжимать, давить. Подобие нашего варенья, только фрукты давят и смешивают, чтобы прийти к желеобразной консистенции.
- Crack (крекре) – ломать. Хрустящее и ломкое печенье.
- панкейк, а rap — сковорода, а cake — торт, лепешка, блинчик, Американский вариант русских блинов.
- хот-дог, hot — горячая, а dog — собака. Хот-доги пришли в США из Германии, в которой они имели название Dachshund sandwiches (сэндвич-такса). Это название было сложно произносить и его заменили на hot dogs. По одной из версий, в Германии вплоть до середины XX века часто в сосиски добавляли собачье мясо, поэтому длинные сосиски стали называть «таксами».
- чипсы, chips — жареный хрустящий картофель. В американском английском chips — это чипсы, а в британском — это картошка фри, которую в американском английском называют French fries.
- шортбред, short — хрупкий, bread — хлеб. Так называют рассыпчатое песочное печенье. Слово short применяется в значении «хрупкий», «ломкий» для изделий из теста, в которых высокое соотношение масла к муке.
- и т.д.

Англицизмы – интересное лингвистическое явление. Многочисленные англицизмы, входящие в нашу речь, — естественное явление. Но русский язык все равно надо защищать.

Англицизмы следует употреблять не всегда и не везде, и всегда с полным осознанием их значения и уместности их употребления в повседневной речи.

Итак, на примере заимствованных лексем тематической группы «еда» мы показали основные высокопродуктивные способы словообразования новых слов в русском языке на базе заимствованных лексем-корней, а также отметили расширение значения в новой культуре.

1. Авандеева С. С., Сурженко О. Ю. Влияние английских заимствований на лексику русского языка // Юный ученый. — 2019.
2. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современной жизни// Русский язык конца XX столетия. - М., 2021
3. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка – М.,2023

Калинина В.Д.

Концепты «scarcity» и «shortage» в учебном пособии по профессиональному английскому языку

*Институт бизнеса и делового администрирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-122

Аннотация

Данная статья обсуждает разработку образовательного издания по иностранному языку для достижения целей развития понимания об устойчивом развитии, ESG и конечности производственных ресурсов у студентов нелингвистического вуза. Фокусом внимания нашего учебного пособия являются концепты «scarcity» и «shortage», используемые для описания основных «ограниченных» факторов производства. Такой фокус внимания позволит стимулировать рациональный подход к использованию небезграничных ресурсов производства.

Ключевые слова: устойчивое развитие, концептуальная основа учебного издания, концепт, номинативное поле, ограниченность, дефицит.

Abstract

This article focuses on conceptual basis of a foreign language textbook development for students of business school. The aim of the innovation is to broaden their understanding of what

“sustainability, scarcity and shortage” mean when describing the main factors of production. Such approach is aimed at stimulating rational use of the planet's production resources.

Keywords: sustainability, sustainable development, conceptual basis, concept, nominative field, scarcity, shortage.

Ограниченность ресурсов — экономическое понятие, выражающее конечность, редкость, дефицитность ресурсов, доступных человеку и человечеству в каждый конкретный момент, относительную их недостаточность, в сравнении с безграничными человеческими потребностями, для удовлетворения которых эти ресурсы используются. [11] Редкость ресурсов означает что средства для достижения цели ограничены и дорого стоят. Это и есть основа существенной проблемы экономики: распределение ограниченных средств для достижения неограниченных желаний и потребностей. Развитие человечества привело к осознанию, что безграничные потребности ведут к исчерпанию ограниченных ресурсов и требуются новые подходы к их использованию.

Озабоченность проблемами устойчивого развития и, связанных с ним, инструментарием контроля и измерения результатов усилий по достижению устойчивости, ESG, возникло вследствие осознания небесконечности, ограниченности, конечности хозяйственных ресурсов человечества в планетарном масштабе хозяйствующими субъектами различных экономических систем. Устойчивое развитие стало основой идеологии развития человечества до 2030 года благодаря усилиям Организации Объединенных Наций, что повлекло за собой активизацию совершенствования образовательных процессов с учетом эволюции концепций устойчивого развития и ESG (окружающая среда, общество, управление).

Российское общество воспринимает идеи устойчивого развития в полной мере, разработаны и осуществляются программы и проекты ESG, функционируют российские и международные форумы и конгрессы, вырабатывающие необходимые стратегии и дорожные карты. Не далее чем 25-26 мая 2023 в Санкт-Петербурге прошел X Невский международный экологический конгресс. Темой дискуссии было «Человек и планета: совместимы ли?».

Задача профессионального образования, и такого вуза как РАНХиГС, - формирование планетарного мышления у будущих руководителей бизнеса на основе отчетливого понимания и осознания важности устойчивого и гармоничного развития мира и осознания ответственности структурных единиц хозяйствования за последствия их деятельности. В соответствии с изменениями в подходах к управлению производственно-хозяйственной деятельностью на передний план выступает задача обновления учебных комплексов. На занятиях иностранным языком будущие руководители разного масштаба организаций получают возможность к расширению своих представлений о бережном подходе к использованию небезграничных ресурсов планеты через работу с разнообразными по форме источниками при одновременном развитии иноязычной компетентности.

Концептуальной основой нашего учебного пособия является познавательно-деятельностная матричная модель профессиональной подготовки студентов. Учебная информация по языку специальности менеджмент (в нашем случае корпус текстового материала на английском языке по тематике менеджмент), и инструкции по способам её усвоения в соответствии с задачами обучения используются таким образом, что учебное издание позволяет направлять и управлять процессом обучения.

Для профессиональной подготовки студентов-управленцев подобрана профессионально-ориентированная информация, объем которой для каждого предметного модуля индивидуален. Учебники и пособия по английскому языку для студентов-управленцев и бизнесменов относятся к категории требующих быстрого обновления. Системный подход к созданию учебных заданий предметного модуля определяет внутреннюю структуру каждого задания, связанную с понятием сложности, где организация познавательной деятельности студентов должна руководствоваться ведущим принципом в усвоении учебной информации – принципом последовательного прохождения по уровням сложности учебного материала и заданий.

Перед создателями учебников и учебных пособий по иностранному языку в сфере профессиональной деятельности нового поколения для студентов-управленцев и бизнесменов стоит сложная задача: гармонично соединить два подхода – фундаментальность с четким построением основных структурных компонентов и мобильность с постоянно пополняемым блоком, подверженным скоростному обновлению. В формируемом нами издании несомненным плюсом является отбор источников для корпуса текстов информативной, фундаментальной природы (Investopedia) и быстро обновляющейся информации публицистических текстов (The Economist), которые в силу своей организации предлагают и блоки фундаментальной информации и динамично изменяющейся, в соответствии с современной ситуацией.

Были избраны типовые задания для развития лингвистических компетенций: предтекстовые, текстовые и послетекстовые (pre-reading, reading и post-reading tasks). Задания на активизацию критического мышления включают в себя ревизию информации уже имеющейся в памяти учащихся (определить тему и обсуждаемые в тексте проблемы, ключевые слова и выражения, ассоциации). Текстовые задания включают вопросы по содержанию прочитанного и задания на поиск смысловых единиц, перевод, поиск синонимов-антонимов. Послетекстовые задания на развитие критического мышления включают вопросы на сравнение управленческих действий в разных экономиках и решение кейсов.

Поскольку учебное пособие предназначено для наших студентов старших курсов (3 и 4), то уровень сложности языкового материала Upper-Intermediate и Advanced, который позволяет незначительно адаптировать (сокращать и упрощать) языковой материал собранного корпуса текстов и не нарушать выявляющихся концептуальных взаимосвязей.

Задачей нашего исследования является установление как концепты «scarcity» и «shortage» взаимосвязаны с концептами основных «дефицитных, ограниченных» факторов производства — земля, труд, капитал и предпринимательство. Наша гипотеза заключалась в том что, если корпус отобранных текстов подтвердит их взаимосвязь, задания учебного пособия будут в полной мере способствовать осуществлению поставленных задач обучения.

Для анализа данных концептов нами использовался подход когнитивной лингвистики, которая исследует закономерности познавательных процессов через анализ языковой семантики и концептосферы, области знаний, составленной из концептов как ее единиц (это упорядоченная совокупность концептов народа, информационная база мышления). [7]

Когнитивная лингвистика определяет «концепт как дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету.» [7]

По типу наши «scarcity» и «shortage» - это концепты-понятия, которые отражают наиболее общие, существенные признаки предмета или явления, результат их рационального отражения и осмысления. Концепты-понятия формируются в мышлении как отражение научной и производственной сфер действительности. [7]

Для исследования выбранных нами концептов использовался анализ концепта через его номинативное поле. При построении номинативного поля концепта мы устанавливали как прямые номинации концепта – ключевые слова и его синонимы с бинарными оппозициями для построения ядра номинативного поля, так и всю периферию номинативного поля концепта (слова, фразы, предложения).

Концепт scarcity описывает базовую проблему экономики — «разрыв между ограниченными ресурсами и теоретически безграничными потребностями.» (Scarcity refers to a basic economics problem—the gap between limited resources and theoretically limitless wants.) [12] Scarcity является ядром концепта, оно чаще всего описывается синонимом shortage, который настолько близок по включенным в него смыслам, что оба стали взаимозаменяемыми, что отразилось в определениях Оксфордского и Кембриджского словарей.

- 1) Scarcity is a situation in which something is not easy to find or get.
Shortage is a situation in which there is less of something than people want or need. [9]
- 2) Scarcity of something is not enough of it and it is difficult to obtain it.
Shortage is a situation when there is not enough of the people or things that are needed. [13]

Как мы видим, толковые словари английского языка не видят большой разницы в денотатах этих концептов. Однако, научные публикации разграничивают их смыслы так, что scarcity — это ограниченность в ресурсах, в то время как shortage описывает состояние дефицита произведенных продуктов по сравнению с потребностями потребителей. Это видно из приводимой ниже цитаты из Investopedia.[11]

“Scarcity is a natural limitation on supply while shortage happens when demand exceeds supply as we saw in the case of the UK in 2021 (tanker driver shortage).

The shortage is temporary. It is resolvable. It can be adjusted. Some seller adjusts price of their goods until demand matches supply.

Scarcity is a natural resource that cannot be replenished while shortage is a market condition of a particular good at a particular price.”

Scarcity enables people to choose between the available resources. Economics is about making choices. Without scarcity, there would be no economic problem.”

Концепт Shortage эконому возник и развивался в научных и публицистических статьях прошлого века. В основном - это работы о социалистической экономике, в которых исследовались проблемы товарного дефицита в социалистических хозяйственных механизмах, а также кадрового голода. Однако в последнее время «shortage economy» стало применяться в расширительном понимании, когда экономики функционируют, используя природные ресурсы в планетарном масштабе. Однако ресурсы планеты ограничены, за них идет экономическая борьба - так называемая world economy's shortage problem. [11]

Таким образом, сконструированное номинативное поле концепта показывает, что его ядром является scarcity описываемое синонимами shortage, lack of, deficit, limit(s) и антонимом abundance/ abundant. В ближнюю периферию включаются: relative scarcity vs absolute scarcity; demand-induced, supply-induced, and structural scarcity; a lack of spending, a lack of employability; deficit-financed spending; (budget) deficits, paucity; finite limits of the Earth's natural resources.

В дальнюю периферию концепта входят прилагательные с их бинарными оппозициями, фразы, высказывания и их антонимы: limits of economic growth, limited — limitless; plenty of funds; infinity supply; infinitely; infinite increases of consumption; infinite pool of workers; (capital is) abundant; lean stock levels and just-in-time supply.

Крайняя периферия концепта с её коннотационными и оценочными компонентами включают в себя: quintessentially scarce resources; Scarcity has replaced gluts; austerity; Feast to famine: Why capital will become scarcer in the 2020s и другие.

Ассоциативные векторы отходят от ядра к отдаленным частям периферии, где границы концепта начинают накладываться на границы периферий смежных концептов: environmental degradation; biodiversity loss; climate change; increasing consumption; frictional and structural unemployment; While theoretically possible, we are at a point in history where separating economic growth from physical growth has to become a reality or economic growth will begin to reduce human well-being.

Таким образом, концепты «scarcity и shortage», пересекаясь с другими концептами, в значительной мере очерчивают круг тем для включения в учебное пособие, а также диктуют подход к его структурированию, улучшая его функционал.

1. Дедолко Ю. В. Эволюция концепции человеческого капитала в контексте динамики этапов научного познания // Гуманитарный вектор. 2021. Т. 16, № 5. С. 8–17.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
3. Лингвокультурный концепт: типология и области бытования [Текст] : [монография] / ВолГУ; под общ. ред. проф. С. Г. Воркачева. – Волгоград: ВолГУ, 2007. – 400 с.

4. Макарова Л.И. К вопросу об ограниченности человеческих ресурсов. Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 6 (388). Экономические науки. Вып. 53. С. 19-26.
5. Методические материалы для органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющих управление в сфере образования «Непрерывность и последовательность формирования экологической культуры обучающихся общеобразовательных организаций» / Захлебный А. Н., Шмелькова Л. В., Дзятковская Е. Н.; под ред. А. Н. Захлебного. М. : ФГБНУ «Институт стратегии развития образования РАО», 2022. 60 с.
6. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. – М., 2007. – 314 с.
7. Проблема нехватки природных ресурсов <http://ultraprogress.ru/problemi-tsvivilizatsii/problema-nechvatki-prirodnich-resursov.html> (дата обращения: 30.05.2023).
8. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/shortage> (дата обращения: 30.05.2023).
9. Diffzi. “Differences between Scarcity and Shortage”. <https://diffzi.com/scarcity-vs-shortage/> (дата обращения: 30.05.2023).
10. https://en.wikipedia.org/wiki/Shortage_economy (дата обращения: 30.05.2023).
11. <https://www.investopedia.com/terms/s/scarcity.asp/> (дата обращения: 30.05.2023).
<https://www.investopedia.com/articles/investing/120515/infinite-economic-growth-finite-planet-possible.asp>
12. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/scarcity?q=scarcity> (дата обращения: 30.05.2023).
13. <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 30.05.2023).
14. The world economy’s shortage problem. <https://www.economist.com/leaders/2021/10/09/the-world-economy-shortage-problem> (дата обращения: 30.05.2023).
15. The Labor Shortage: How to Address One of Manufacturing’s Biggest Problems <https://www.aem.org/news/the-labor-shortage-how-to-address-one-of-manufacturings-biggest-problems> (дата обращения: 30.05.2023).

Кашина М.С.

Особенности создания чат-ботов для обучения английскому языку

Уфимский университет науки и технологий
(Россия, Уфа)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-123

Аннотация

Статья описывает возможности использования чат-ботов в обучении английскому языку. В статье приводятся необходимость и актуальность применения чат-ботов в современном обществе, а также преимущества использования чат-ботов. Представлены примеры чат-ботов, которые могут использоваться для обучения английскому языку, а также примеры чат-ботов, лежащих в основе мобильных приложений

Ключевые слова: чат-бот, обучение английскому языку, мобильное обучение, онлайн-обучение, образовательные технологии, эффективность обучения, интерактивное обучение.

Abstract

The article describes the possibilities of using chatbots in teaching English. The article describes the need and relevance of using chatbots in modern society, as well as the advantages of using chatbots. Examples of chatbots that can be used to teach English are presented, as well as examples of chatbots that underlie mobile applications

Keywords: chatbot, English language learning, mobile learning, chatbot, online learning, educational technology, learning effectiveness, interactive learning.

В современном мире, в котором границы между различными странами стираются благодаря глобализации, изучение английского языка приобретает особую значимость. С развитием цифровых технологий появились новые, инновационные подходы к обучению языкам, среди которых особое место занимают чат-боты, представляющие собой уникальное сочетание технологий искусственного интеллекта, машинного обучения и лингвистики.

Хотя чат-боты существуют уже долгое время, идея их использования в изучении языков появилась относительно недавно, но уже набирает обороты. Образовательные чат-боты обладают следующими дидактическими возможностями, способных повысить мотивацию

обучающихся: наглядность, мультимедийность, интерактивность, упрощенная система контроля и самоконтроля [Бодулева, Дмитриева 2022: 58]. В начале 2000-х был проведен обзор двух чат-ботов, потенциально подходящих для изучения языков. Один из них, Дейв (приложение), был назван «идеальным частным репетитором», отвечающим на «идеальном английском языке так же, как частный учитель английского языка».

Вторым популярным чат-ботом, который уже не существует, был чат-бот по имени Люси, особенно полезный для начинающих. Люси требовал ручной коррекции при неверном вводе слов. Этот онлайн-чат-бот был позже модернизирован, включая речевые и интерактивные элементы, хотя темы и ситуации для разговоров были ограничены.

Среди современных чат-ботов, которые выступают партнерами по изучению иностранных языков, стоит выделить Mondly и Cleverbot. Mondly, платформа для изучения 33 языков, доступная на iOS, Android и веб, используется 50 миллионами человек в более чем 190 странах. Цель чат-ботов Mondly – обеспечить максимально реалистичную коммуникацию, запоминание, мышление и разговоры, как у человека, быть другом и помощником, научить и поддержать эмоциональную связь.

Eliza, Elbot the Robot и Cleverbot, веб-приложение, созданное британским ученым Ролло Карпентером в 1988 году, руководствуется алгоритмом искусственного интеллекта для ведения бесед на английском и других языках, включая русский.

Основная идея Cleverbot заключается в понимании контекста. Карпентер и его коллеги работают над новой версией Cleverbot, которая будет понимать сходство слов, фраз, предложений и более широких намерений на более глубоком уровне. Cleverbot стремится быть разным собеседником для каждого пользователя и вовлекать их в искренний разговор.

Современные исследования в области использования чат-ботов в процессе изучения иностранных языков подчёркивают несколько ключевых преимуществ этой технологии. Во-первых, они обеспечивают индивидуальный подход к каждому пользователю. Второе преимущество – геймифицированность, которая приносит игровой элемент в процесс обучения, делая его более интерактивным и захватывающим. Третье преимущество – круглосуточная доступность чат-ботов, что позволяет учащимся практиковаться в любое удобное для них время.

Следует заметить, что чат-боты активно используются при создании приложений для изучения английского языка. В таких приложениях чат-боты служат не только для получения обратной связи от пользователей приложения, ответа на их вопросы, но и для создания различных упражнений. В особенности, чат-боты лежат в основе диалоговых тренажеров в таких мобильных приложениях, как:

1. Learn English Elementary. Предоставляет серию подкастов для изучения английского языка. Каждый выпуск длится около 20 минут и включает вопросы для слушателей. «Бегущая строка» помогает в понимании материала.
2. Duolingo. Предлагает курсы по многим языкам, включая английский, итальянский, французский, испанский, немецкий и португальский. Приложение разбивает образовательный курс на этапы от простого к сложному, тренируя письменную и устную речь, чтение и аудирование.
3. Memrise. Расширяет возможности одноимённого сайта, позволяя изучать английский и другие языки. Приложение использует изображения и практические интерактивные задания для заучивания новых слов.
4. Grammar Up. Помогает тем, кто испытывает трудности с грамматикой английского языка. Предлагает правила и примеры употребления, а также тесты для закрепления знаний.
5. LangBook. Предлагает множество словарей и функции перевода. Включает интерактивные карточки и учебные задания, помогающие в изучении иностранных языков.

6. **LinguaLeo.** Предоставляет различные виды тренировок для запоминания слов, такие как слово-перевод, перевод-слово, конструктор слов, аудирование. Интегрировано с сайтом для дополнительных обучающих ресурсов.

Использование мобильных устройств для обучения иностранным языкам не только продолжает традиции использования технических средств в образовании, но и расширяет возможности, предоставляя новые способы обучения. Мобильные образовательные технологии доказали свою осуществимость и эффективность в современной образовательной практике. Обучение с помощью мобильных устройств часто включает элементы самостоятельной и игровой деятельности, что способствует успешному освоению английского языка.

Интеграция чат-ботов и мобильных приложений в учебный процесс является мощным средством для обогащения и улучшения процесса изучения английского языка. Эти инструменты не только облегчают доступ к обучающим материалам и упражнениям, но и способствуют развитию лингвистических навыков в более динамичной и вовлекающей обучающей среде. Использование цифровых технологий в лингвистическом образовании открывает новые перспективы и подходы в обучении языкам, что будет способствовать дальнейшему развитию и усовершенствованию методик преподавания.

1. Баранова Т.А., Воронцова Е.В., Гришина А.С. Опыт использования технологии чат-бот при обучении иноязычной лексике студентов младших курсов неязыковых специальностей (на примере СПбПУ) // Вопросы современной филологии и проблемы методики обучения языкам: сб. науч. ст. по итогам VII Междун. науч.-практич. конф. Брянск: БГИТУ, 2019. С. 266-271.
2. Бодулева А. Р., Дмитриева Д.Ю. Эффективность мобильных технологий в обучении английскому языку: чат-боты в обучении грамматике // Языки в диалоге культур: проблемы многоязычия в полиэтническом пространстве: материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Уфа: Башкирский государственный университет, 2022. С. 57-61.
3. Селиверстова О.В., Зимовина О.В. Применение современных цифровых технологий при обучении иностранным языкам // Основные тенденции и перспективы развития экономики в координатах цифровой эры: сб. ст. по материалам междунар. науч.-практич. конф. Хабаровск: Хабаровск. гос. ун-т экономики и права, 2018. С. 336-340.
4. Фрайер Л.К., Карпентер Р. Боты как инструменты изучения языка // *Language Learning & Technology*. 2006. №10. С. 8-14.
5. Фрайер Л. К., Кониам Д., Карпентер Р., Лапушнеану Д. Боты для изучения языка сейчас: текущие и будущие направления // *Language Learning & Technology*. 2020. № 24 (2). С. 8-22.

Краева Ю.М.

Политкорректная лексика как один из способов речевого воздействия в англоязычных СМИ

*Уфимский университет науки и технологий
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-124

Аннотация

Статья посвящена феномену речевого воздействия, его возможности и эффективности в процессе коммуникации. Особое внимание в работе уделено политической корректности, которая рассматривается как один из способов речевого воздействия. Анализ языковых средств выражения политкорректности, использованных в англоязычных средствах массовой информации, описывает современные тенденции употребления политкорректной лексики в речи.

Ключевые слова: речевое воздействие, политкорректность, дискриминация, сексизм.

Abstract

The article is devoted to the phenomenon of speech influence, its possibility and effectiveness in the process of communication. Particular attention in the work is paid to political correctness, which

is considered as one of the ways of speech influence. Analysis of linguistic means of expressing political correctness used in the English-language media describes the modern trends in the use of politically correct words.

Keywords: speech influence, political correctness, discrimination, sexism.

В настоящее время у понятия речевое воздействие существует несколько дефиниций, которые распространены в лингвистической среде. Более ёмким и наиболее распространённым среди исследователей определением понятия речевого воздействия является определение, данное И.А. Стерниним. Согласно ему, речевое воздействие – «воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели» [4].

Основная цель речевого воздействия, которая преследуется говорящим, заключается в изменении мнения или поведения его собеседника в процессе коммуникации. Возможность и эффективность речевого воздействия обуславливаются факторами речевого воздействия. К ним относятся, например, лингвистический фактор, основанный на механизмах вербального воздействия на сознание через лексику; семиотический фактор, отвечающий за варьирование языковых выражений в соответствии с установками, притязаниями, целями коммуникантов; психологический фактор, оказывающий эмоциональное речевое воздействие на адресата, выступающее в форме убеждения или внушения [2]. Эмоциональное воздействие обусловлено сложившимися установками и влияет на создание новых установок и стереотипов, изменение ценностей.

Одним из способов речевого воздействия является использование политически корректных слов и выражений. В настоящее время мы сталкиваемся с термином политическая корректность во многих сферах нашей жизни, поскольку политкорректность затрагивает непосредственно политику, этику, философию и, конечно же, лингвистику. Современные исследователи выдвигают разные определения понятия политической корректности, потому что единого мнения на этот счёт пока нет. Например, мы можем найти такое определение: «Политкорректность (политическая корректность, от англ. political correctness) – культурноповеденческая и языковая тенденция, нацеленная на замену устоявшихся терминов, могущих задеть чувства и достоинство того или иного индивидуума, эмоционально нейтральными и/или положительными эвфемизмами» [1].

Политкорректность основана на замене «слов и выражений, представляющихся говорящему неприличными, грубыми или нетактичными» [5]. Высказывания, воспринимаемые обществом как оскорбительные и неприемлемые, заменяются на политически корректные языковые единицы, не вызывающие отрицательного или дискриминационного отношения к обозначаемому объекту.

В.В. Панин выделяет несколько аспектов политической корректности [3]: 1) культурно-поведенческий аспект, тесно связанный с социокультурными и политическими процессами; 2) языковой аспект политической корректности, который проявляется в поиске новых средств языкового выражения и корректировке языкового кода. При этом важно отметить, что доминирующим аспектом является культурно-поведенческий.

Изменения, вносимые политкорректностью, направлены на перемену в сознании человека его отношения к группам людей, дискриминируемым неполиткорректными высказываниями. Анализ основных сфер, попадающих под наибольшее влияние политкорректности, позволяет нам выделить несколько основных тематических групп политически корректной лексики: 1) высказывания, связанные с расовыми и этническими группами; 2) высказывания, связанные с дискриминацией по половому признаку; 3) высказывания, связанные с дискриминацией людей с особенностями физического и умственного развития.

Движение политкорректности началось с людей, говоривших на английском языке и имевших африканские корни. Они возмутились негативными коннотациями метафоры слова *black*, которое использовалось в отношении них для обозначения их цвета кожи, а впоследствии

и расовой принадлежности. Поскольку тема расовой и этнической дискриминации актуальна и по сей день, в американских средствах массовой информации нередко появляются тексты, посвященные этой проблеме. Данная тема освещается, например, в статье «Berkeley's New Colors» из журнала Newsweek [9].

Читая эту статью, мы в первом же абзаце видим термин *Asian-American*, используемый для обозначения жителей Соединённых Штатов Америки, чьей исторической родиной являются страны Восточной и Южной Азии. Данное политкорректное слово используется вместо уничижительного *Oriental*.

Далее мы встречаем сразу несколько политически корректных терминов. Здесь использована такая лексическая единица, как *African-American*. Согласно Кембриджскому словарю [6], словом *African-American* принято называть жителей Америки, имеющих африканские корни. Оно заменило в употреблении слово *black*, ранее употреблявшееся для обозначения этой группы населения. Следом мы видим этноним *Native American*, дословно переводящийся как коренной американец и обозначающий то же самое. Данное понятие заменило собой не считавшееся корректным слово *Indian*.

Однако, рядом с этими политически корректными терминами стоит слово *Hispanic*, согласно Longman Dictionary of Contemporary English [8], обозначающее относящийся или принадлежащий к людям, чьи семьи изначально прибыли из Испании или Латинской Америки. Данный этноним, в свою очередь, нельзя назвать политкорректным. Его корректным аналогом считается слово *Latino*, обозначающее тот же этнос, но в большей степени подчеркивающее культурную и национальную общность латиноамериканцев, живущих в Соединённых Штатах Америки.

Вслед за борцами с расовой и этнической дискриминацией движение политкорректности подхватили сторонники феминистских взглядов. Благодаря стараниям борцов за права женщин, в английском языке произошли большие изменения в лексическом составе языка. Одну из групп слов, подвергшихся изменениям в связи с борьбой против сексизма, составляют слова и устойчивые сочетания, содержащие компонент *-man*. В значении морфемы *-man* выделяются две семемы: «человек» и «мужчина». Однако наибольшие трудности создает образ их равнозначности. В связи с этим, изменению подверглись сложные слова, содержащие в себе данную «сексистскую» морфему.

Термины, пришедшие им на замену, осели в языке, что наглядно демонстрируется их использованием в средствах массовой информации. В статье Джеймса Тозера, которая посвящена выходящим на забастовки мусорным работникам и проблеме переполненных мусорных баков, мы встречаем политически некорректное слово *dustman*, находящееся в заголовке [10]. Читая текст статьи, мы находим другой неполиткорректный синоним, использующийся для обозначения представителя данной профессии, – *binman*. Корректной заменой таким лексическим единицам могут стать слова *refuse collector* или *sanitation engineer*.

Следующий пласт политически корректных высказываний занимают слова, употребляемые в отношении лиц с особенностями физического и ментального здоровья. В данной категории политкорректных терминов преобладают словосочетания и эвфемистические высказывания.

Статья «Living with Limits Building Business», опубликованная в газете The Washington Post, посвящена проблеме адаптации людей с умственными отклонениями [7]. Автор в рассматриваемой статье применяет политкорректные выражения для обозначения людей с умственными недостатками: *disabled people*, *people with disabilities*, *people with developmental disabilities*, *developmentally disabled*, *physically disabled people*. Людей, относящихся к данной категории, до влияния политической корректности на лексическое наполнение языка называли *invalids* или даже *crippled*, а в некоторых текстах мы можем встретить употребление эвфемизма *handicapped*. На сегодняшний день такие выражения в отношении человека с физическими отклонениями можно считать оскорбительными.

Как показывает проведённый обзор, в средствах массовой информации не все высказывания являются политически корректными. Языковые изменения, направленные

против расовых и этнических предрассудков, дискриминации по половому признаку и дискриминации людей с особенностями физического, умственного развития предполагают пересмотр, прежде всего, оскорбительных и уничижительных названий отдельных народов и этнических групп, сексистски окрашенных конструкций и обозначений людей с физическими, умственными отклонениями.

1. Беляков А.В., Матвейчев О.А. Большая актуальная политическая энциклопедия. М.: Эскмо, 2009. – 412 с.
2. Желтухина М.Р. Топологическая суггестивность масс-медиа дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография [Текст] / М.Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.
3. Панин В.В. Политическая корректность как культурно поведенческая и языковая категория, автореферат диссертации ... кандидата филол. наук: 10.02.20. – Тюмень, 2004. – 23 с.
4. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж, 2001. – 227 с.
5. Ярцева В.Н. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. — 685 с.
6. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/>.
7. DeFord S. Living With Limits, Building Businesses. URL: <https://www.washingtonpost.com/archive/local/2003/07/24/living-with-limits-building-businesses/e2721ba7-733c-454e-bdb4-c9240865e62a/>.
8. Longman Dictionary of Contemporary English Online. URL: <https://www.ldoceonline.com/>.
9. Peraino K. Berkeley's New Colors. URL: <https://www.newsweek.com/berkeleys-new-colors-159633>.
10. Tozer J. Dustmen refuse to empty 'too-full' bin - despite it overflowing because they were on strike. URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-1039734/Dustmen-refuse-bin--despite-overflowing-strike.html>.

Лин Ч.

Особенности в поликодовом тексте китайской автомобильной рекламы

*Российский университет дружбы народов
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-125

Аннотация

Статья анализирует особенности поликодового текста в китайской автомобильной рекламе, акцентируя внимание на взаимодействии вербальных и невербальных компонентов. Рассматриваются фонологические, лексические, и стилистические приемы вербальной части и визуально-графические, а также кинетические элементы невербальной части рекламы. Освещаются два типа взаимосвязей между этими компонентами: отношения дополнения и отношения зависимости, с примерами наиболее часто встречающихся связей в китайской рекламе. Вербальные элементы в основном используют различные языковые средства для выражения духа бренда, в то время как невербальные компоненты реализуются через выбор шрифтов, цвета и изображений, подчеркивающих имидж продукта. Статья подчеркивает, что специфическое сочетание вербальных и невербальных элементов разрабатывается с учетом манипулятивной цели, при этом особое внимание уделяется культурным особенностям и специфике китайской языковой системы.

Ключевые слова: поликодовый текст, вербальный компонент, иконический компонент, реклам

Abstract

The article analyzes the features of polycode text in Chinese automobile advertising, focusing on the interaction of verbal and non-verbal components. Phonological, lexical, and stylistic techniques of the verbal part and visual-graphic and kinetic elements of the non-verbal part of the advertisement are examined. Two types of relationships between these components are highlighted: complement relationships and dependency relationships, with examples of the most frequent relationships in Chinese advertising. Verbal elements mainly use various linguistic means to express the spirit of the

brand, while non-verbal components are realized through the choice of fonts, colors and images that emphasize the image of the product. The article emphasizes that the specific combination of verbal and non-verbal elements is designed with a manipulative purpose in mind, while paying special attention to the cultural characteristics and specificity of the Chinese language system.

Keywords: polycoded text, verbal component, iconic component, advertising.

Введение

В современной коммуникации для обмена информацией, взаимодействия и развития отношений между участниками применяется сложный механизм, использующий несколько кодов или модальностей, который включает в себя как вербальные, так и невербальные составляющие [5. С.70]. В. Ейгер и Л.Ю. Юхт выделили противопоставление текстов, использующих один код, и текстов, использующих несколько кодов. В широком семиотическом понимании к текстам, использующим несколько кодов, можно отнести случаи, когда естественный языковой код сочетается с кодом другой семиотической системы (например, изображением, музыкой и т.д.). [4. С.107]. В структуре текстов, использующих несколько кодов, в рекламе автомобилей в Китае мы выявили два компонента: вербальный и иконический.

Особенности вербальных компонентов автомобильной рекламы Китая

В последнее время все больше китайских ученых уделяют своё особое внимание исследованию характеристики вербальной части печатанной и телевизор рекламы, что также рассматривается как актуальное направление исследований китайской автомобильной рекламы. Для выражения духа бренда и его ценности на вербальном уровне в рекламных автомобилях на китайском языке используются разнообразные лингвистические средства.

1. Фонологические средства.

Созвучие является самым распространенным приемом в китайском рекламном дискурсе. Рифма, основываясь на созвучии, является его специфическим примером – это созвучие в концовках слов. (Яценко 1999: 19). Например в слогане рекламы китайского автомобиля FUSO Mitsubishi. : 《有朋远方来, 喜乘三菱牌。》 (транскрипция: [Ю пинг еуон фан Лаи сай, Си ти Сан Лин пай.]; перевод: Когда вас навещает друг издалека, ему радуется сидеть на автомобиле FUSO. Mitsubishi.(Мицубиси)) [-ай] представляет собой рифму. С употреблением рифм увеличивается ритмизация рекламного языка, возникает музыкальная эстетика слова, что помогает адресату надолго запомнить рекламу. Кроме того, стопа является одним из важных фонологических средств: например, в слогане рекламы китайского автомобиля Красный Флаг: 《坐红旗车, 走中国路》 (транскрипция: [цо/ хон ци чэ, цоу/ чжу го лу]; перевод: сидите в автомобиле Красный флаг, езжайте по китайской дороге).

2. Лексические средства.

Использование **фразеологизмов** является одним из самых действенных и частотных лексических средств построения текстов автомобильной рекламы. 1) **Оригинальный фразеологизм.** Например: в слогане рекламы автомобиля Audi A1 используется известный китайский фразеологизм «以小见大» [из мелочи увидеть общее], который в данном контексте имеется в виду , что Audi A1 может обладать мощными характеристиками, несмотря на свой миниатюрный размер. Другой пример:胸怀壮阔, 波澜不惊 (奔驰 GL 级 SUV 广告语 «каждая волна полна, но это неудивительно» взято из «Башни Юэян» Фань Чжунъяня, которое используется для описания спокойной и стабильной ситуации. И здесь подчеркиваются характеристики внедорожника Mercedes-Benz, который может сохранять безопасность и устойчивость в различных дорожных условиях. 2) **Преобразованный фразеологизм.特立不独行。** (реклама автомобиля «Mercedes-Benz AMG 4 MATTI C») Данный рекламный дискурс адаптирует от фразеологизма “特立独行” (транскрипция: [тэ ли ду ксинг]; перевод: быть независимым во мнениях и поступках), который обычно употребляется в значении “не в обычном состоянии; иначе, чем всегда”. но в рекламе Mercedes-Benz AMG 4 MATTI C эти фразеологические единицы используются для передачи концепции о том, что, хотя продукты

отличаются от обычных и выделяются на фоне других продуктов, они готовы идти бок о бок с другими. Использование фразеологизмов как прецедентных феноменов позволяет адресанту воздействовать на целевую аудиторию на основе коллективной национальной культурной памяти. Причем современная китайская реклама характеризуется большим количеством **иноязычных заимствований**. Кроме того, в рекламном тексте часто встречается имя числительное: например, в слогане рекламы автомобиля Jaguar: «**百公里加速只需3.8秒**» [разгон до 100 км/ч за 3.8 секунд]

3. Стилистические фигуры речи.

Во-первых, это **олицетворение** – например, в слогане рекламы автомобиля Бенц: «**骏驰不息, 德才兼备**» [Беспрерывно скачущий бенц не ограничен как моральным планом, так и талантами.] В-третьих, часто используется **каламбур**, например, в рекламном слогане серии автомобиля Ford Quanshun: «**全顺一路, 安全到家**» [Пройдите весь путь благополучно и доберитесь домой безопасно.] Слово «**全顺**»(транскрипция : Quanshun) имеет два значения: 1) подчеркивается марка данного автомобиля; 2) Вождение этого автомобиля позволяет потребителям плавно ездить и безопасно возвращаться домой без каких-либо препятствий.

Во-вторых, **риторические вопросы** широко и активно используются в рекламе, поскольку они более убедительны, чем простые утверждения, такие как : В тексте рекламы автомобиля BUICK: «**难道你真的拥有一台别克吗?**» [У вас действительно есть «BUICK»?] Ещё в слогане рекламы автомобиля Mazda MPV: «**谁说没有一个地方像家一样?**» [Кто сказал, что нет другого такого места, как дом?]

Особенности иконического компонентов автомобильной рекламы Китая

Невербальное пространство, структуру которого представляют следующие Компоненты:

- визуально-графические (шрифт, цвет, изобразительные элементы);
- кинетические (мимика, жесты, поза) - в печатной и телевизионной рекламе;

Рассматривая элементы, составляющие невербальный уровень автомобильной рекламы, китайские исследователи в основном фокусируют внимание на применении семантике цвета, шрифта, кинесике изображений. Целью выбора шрифтов для автомобильной рекламы является соответствие атрибутам продукта и усиление имиджа продукта. В рекламе этого типа в тексте обычно используются угловатые шрифты, чтобы подчеркнуть технологичность и высокое качество продукции. Кроме того, каллиграфия (书法体) и шрифт династии Сун(老宋体) часто используются для эффективного освещения культурного наследия автомобильной рекламы.

В данных трёх рекламах играет важную роль **семиотический код цвета**. По сравнению многочисленных автомобильных печатных реклам мы обнаружили, что прежде всего, темные цвета занимают наиболее доминирующее положение, их количество относительно стабильно, и это предпочтительный цвет для многих частных автомобилей. Темный и его оттенки в фоне символизируют **замкнутость и скромность нашего народа**; во-вторых, в последние годы наблюдается тенденция к росту автомобилей красного цвета. Эта новое явление отражает увеличение числа групп потребителей-колористов, основной целевой аудиторией которых являются женщины.

Красный цвет в контексте китайской культуры всегда символизирует **теплоту, любовь, энтузиазм, радость и благоприятность** и поэтому почитается в в китайской культуре. Кроме того, количество традиционных автомобилей чёрного цвета, символизирующих **благородство**, постепенно уменьшается, а количество цветов циферблата, таких как количество синих, желтых и зеленых, увеличилось. Со стороны это отражает превращение современных автомобилей из предметов роскоши в обычные потребительские, а коммерческих транспортных средств - в частные автомобили, в то время как количество «зеленого цвета» - это результат пропаганды нашей страны в области энергосбережения и защиты окружающей среды.

Взаимодействие невербальной и вербальной составляющих в китайской национально-ориентированной автомобильной рекламе

Вербальные и невербальные составляющие поликодового текста, будучи элементами коммуникации, тесно связаны между собой. А. Хеннеке определяет два основных вида взаимосвязи между вербальной и невербальной частями поликодового текста. [Хеннеке 2015, с. 212]: взаимоотношения дополнения: это когда одна часть выступает в роли второстепенного дополнения к другой; взаимоотношения зависимости: подразумевается обоюдная зависимость между частями. Давайте рассмотрим примеры, наиболее часто встречающиеся в китайской рекламе, упомянутых выше типов взаимосвязей компонентов поликодового текста:

1. отношения взаимодополнения.

Перевод вербального компонента: заголовок: 车到山前必有路, 有路必有丰田车。
Когда машина упрется в гору – дорога найдётся, если есть дорога – нужна и Toyota.

Подзаголовок: 我有双擎, 步步向前。 ‘ У меня сдвоенные двигатели, шаг за шагом продвигаюсь вперёд’. Toyota удачно использовала этот фразеологизм в своей рекламе: 车到山前必有路, 有路必有丰田。 [че дао шань цянь би юй лу, юй лу би цоу фэн тянь че] – (Когда машина упрется в гору – **дорога найдётся**, если **дорога найдётся** – нужна и Toyota.)

В данном примере мы отмечаем взаимодействие двух рядов кодов: иконический ряд включает машину, звездное небо, луну, блестящую краску автомобиля, море и волны, а также шрифт, знак на логотипе компании. Иконический код в рекламе имеет четкую направленность: блестящая поверхность краски и волны при движении автомобиля на высокой скорости демонстрируют самое отличительное и выгодное преимущество Toyota, то есть, два двигателя, а также характеристики автомобиля, включающие высокую скорость движения и высокое качество.

В рекламе использованы языковые средства для формирования слогана. Анадиплосис (например, в тексте рекламы автомобиля: «车到山前必有路, 有路必有丰田车» [че дао шань цянь би юй лу, юй лу би цоу фэн тянь че] – Когда машина упрется в гору – **дорога найдётся**, если **дорога найдётся** – нужна и Toyota.) Кроме того, вербальный код дополнительно описывает качество, функцию и свойства основного предмета рекламы на более глубоком уровне. Вербальные составляющие --双擎 сдвоенные двигатели указывают на то, что машина может ездить по пляжу без препятствий, именно опираясь на масляно-электрическую гибридную технологию с двумя двигателями, а автомобили этой серии имеют два двигателя. Основная задача вербального кода заключается в усилении имиджа(образность) автомобиля.

Таким образом, смысл изображения понятен, вербальный код дополняет и уточняет смысл иконического кода, движущийся вперёд автомобиль и плещущиеся волны изображены как основные объекты рисунка, что соответствует теме рекламы.

2. Отношения взаимозависимости.

Перевод вербального компонента: 吉利汽车 ‘GEELY AUTO’ название компании ; 吉利新帝豪. ‘Geely Новый Emgrand’ название машины. 再次跻身轿车销量排行榜前十的【中】国品牌 “Это китайский национальный бренд, вновь вошедший в десятку лучших лидеров в рейтинге продаж автомобилей.” 更懂国人的车 “Машина, которая лучше понимает и узнаёт свой народ.” 只为向上, JUST UP “Только вверх.”

На изображение можно увидеть продукт-машину, мосты в китайском стиле, холмы, каллиграфический иероглиф-中 “перевод: сокр. Китай, китайский; предлог: в, внутри”. Изображение показано, что Geely изо всех сил пытается двигаться вперед по извилистой горной дороге, похожей на форму китайского иероглифа 中.

Изображение ясно представляет продукт, вербальный комментарий описывает и уточняет изображение. Смысл изображения ясен только с добавлением вербального комментария. Здесь вербальный код выполняет первичную функцию.

Заключение

В рекламе автомобилей в Китае выделяются два главных типа взаимосвязи между вербальной и невербальной частями поликодового текста: взаимодополнение и взаимозависимость. Вербальные элементы в китайской автомобильной рекламе чаще всего

используют фонологические, лексические и стилистические приемы, выбор которых определяется особенностями культуры и уникальностью китайской языковой системы. Невербальные элементы реализуются через визуальные акценты, семиотические коды цвета и подбор соответствующих изображений для фона. Специфическое сочетание этих компонентов разрабатывается китайскими рекламистами с учетом определенной манипулятивной задачи.

1. Аминова Т.А. Взаимодействие вербального и невербального компонентов в поликодовом тексте немецкоязычной видеорекламы (на материале рекламных роликов автомобилей марки «Volkswagen») // Современные проблемы науки и образования. - 2014. - №. 4. - с. 455-455.
2. Большакова Л.С. О содержании понятия «Поликодовый текст» // Вестник СамГУ. 2008. №63.
3. Герасименко Н.А. Шикина Дарья Сергеевна Субъективная модальность поликодового рекламного текста гляцевых изданий // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2018. №2.
4. Ейгер, Г.В. К построению типологии текстов / Г.В. Ейгер, В.Л. Юхт // Лингвистика текста: материалы научной конференции при МГПИИЯ им. М.Тореза. Ч.1. – М.,1974. – С. 103-109.
5. Куницына О.М. ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ И ВОСПРИЯТИЯ ПОЛИКОДОВЫХ ТЕКСТОВ В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. №9 (838).
6. Уварова Е.А. ИКОНИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ ПОЛИКОДОВОГО МЕДИАТЕКСТА И ЕГО СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ // Преподаватель XXI век. 2020. №2-2.
7. Уварова Е.А. Особенности соотношения вербального и иконического компонентов в структуре новостного поликодового текста (на примере англоязычных новостных текстов портала the Onion) // Вестник ТГПУ. 2018. №7 (196). П
8. Цзоу Х., Новоспаская Н.В. — Классификация элементов лингвокультурологической информации в поликодовом тексте печатной рекламы на материале русского и китайского языков // Litera. – 2021. – № 2. – С. 1 - 10.
9. Цветкова Н.В. Англоязычный поликодовый рекламный текст как транслятор культурных ценностей // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. 2013. №7.
10. Ван Вэньчжун. Применение семантика цвета в графической проектной рекламе // Актуальная полиграфия. 2017. № 7. С. 52–53.
11. Ван Пэй. Мультимодальный дискурс-анализ автомобильной печатной рекламы. Центрально-Китайский педагогический университет, 2016
12. Пэн Цзюань. Анализ соотношения изображения и текста в графической рекламе // Промышленный дизайн. 2009. № 11. С. 207–209.
13. Цю Чжэнь. Исследование рекламы китайских и зарубежных автомобильных брендов с точки зрения невербальной коммуникации. Сямьньский университет, 2020 год. leninka.ru/article/n/osobennosti-postroeniya-i-vozpriyatiya-politekstov-v-sovremennoy-kommunikatsii (дата обращения: 12.11.2023).

Митрофанова М.А.

Лингвостилистические особенности перевода выступления Дональда Трампа (на примере выступления в Грузии)

*Российский государственный социальный университет
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-126

Аннотация

Статья посвящена актуальной проблеме - исследованию лингвостилистических особенностей перевода ораторских выступлений Дональда Трампа. Политические лидеры, особенно 45-й президент США, часто используют в своей речи различные языковые средства с целью воздействия на слушателей. Для переводчиков очень важно грамотно и точно передавать образные выражения, поскольку политический перевод не должен допускать вольной интерпретации. Более того, лингвостилистические средства являются информационным, познавательным и выразительным инструментом, а также важным средством воздействия на аудиторию. Цель данной статьи - выявить некоторые лингвостилистические особенности речей Дональда Трампа на основе перевода его выступления.

Ключевые слова: перевод, специфика перевода, лингвостилистика, метафора, политические деятели, политические речи, языковые средства.

Abstract

The article is devoted to an urgent problem - the study of linguistic and stylistic features of the translation of Donald Trump's speeches. Political leaders, especially the 45th President of the United States, often use various linguistic means in their speech in order to influence listeners. It is very important for translators to correctly and accurately convey figurative expressions, since political translation should not allow free translation. Moreover, language tools are an informational, cognitive and expressive tool, as well as an important means of influencing the audience. The purpose of this article is to identify some linguistic and stylistic features of Donald Trump's speeches based on the translation of his speeches.

Keywords: translation, specificity of translation, linguistic stylistics, metaphor, politicians, political speeches, linguistic means.

Лингвостилистические особенности - это характеристики языка, которые активно влияют на эмоциональность и содержательность текста [6]. Подобные особенности могут проявляться на различных уровнях языка. Такие признаки наблюдаются на фонетическом, морфологическом, лексическом и синтаксическом уровнях. На первом из перечисленных уровней, например, используются такие приемы, как аллитерация, ассонанс, звукоподражание и эвфония. На морфологическом уровне важны морфемы и словоформы. На синтаксическом уровне, к примеру, имеет значение применение номинативных предложений, повторы, эллипсис, применение бессоюзной связи, умолчание, расширение, усложнение, инверсия и обособление. На лексическом уровне присутствуют такие стилистические фигуры, как метафора, сравнение, метонимия, олицетворение, синекдоха, ирония, гипербола, литота, эпитет, перифраз, аллегория, оксюморон и каламбур. [4]

В данной работе мы рассматриваем лингвостилистические особенности на лексическом и синтаксическом уровнях в рамках политического дискурса. Однако при попытке найти и предоставить определение политическому дискурсу мы сталкиваемся с определенными сложностями. Дело в том, что в настоящее время не существует однозначного определения данного термина.

Политический дискурс можно рассматривать как комплекс всех речевых высказываний в процессе политических выступлений или обсуждений, а также совокупность норм и правил, которые формировались с течением времени и проверены годами [1].

Выступления общественно-политических лидеров не только являются составной частью политического дискурса, но и являются искусством ораторского мастерства. Каждое выступление политика преследует свои цели. Одной из важнейших намерений спикера всегда является убеждение слушателей, стремление к воздействию на подсознание людей. Успех такого влияния, особенно в рамках политического дискурса, заключается в заранее подготовленной тактике. Для достижения своей цели говорящий использует различные средства, в том числе в речах политика всегда есть различные лингвистические приемы. Лингвостилистические средства и эффективность речи играют не последнюю роль для достижения поставленной цели воздействия [5].

Для анализа речи Дональд Трамп был выбран целенаправленно. Причиной является тот факт, что речь американского лидера значительно отличается от большинства спикеров, выступающих на публике. Очевидно, что такая уникальная особенность, не похожая на остальные, будет проявляться в его выступлении. Его речь характеризуется четкой организацией, фрагментацией предложений, а также избытком стилистических приемов.

Одной из лингвостилистических особенностей выступлений Дональда Трампа является активное использование метафор. Метафоры в выступлениях Дональда Трампа играют важную роль, так как придают его речи эмоциональность и эмотивность [2]. Очень часто использование метафор является практичным способом формирования представления о политических

явлениях у слушателей. Более того, благодаря метафоре можно кратко выразить свою основную идею, также она позволяет Дональду Трампу надолго оставаться в памяти слушателей. Это объясняется тем, что помимо эмоционального оттенка метафора также создает возможность по-разному интерпретировать каждую мысль.

Рассмотрим недавнее выступление Дональда Трампа в Грузии в 2024 году. В своей речи политический лидер использовал метафору: «We stand on the shoulders of American heroes» («Мы стоим на плечах американских героев»), несмотря на то, что данное выражение носит метафоричный характер, при переносе значения фразы с одного языка на другой, мы используем дословный перевод [8].

Рассмотрим пример перевода фразеологизма. На 33 минуте своего выступления он произнес: «We have done one of the great disservices to humanity» [8]. В данном случае можно столкнуться с трудностью перевода слова «disservices». При анализе данного высказывания мы обратились к словарю, в котором нашли значение этого слова: «ill service» («плохой сервис») и второе значение «an unhelpful, unkind, or harmful act» («беспользительный, недобрый или наносящий вред поступок») [7]. Однако, анализируя контекст сказанного, мы пришли к выводу, что в данном случае лучше будет воспользоваться другим переводом слова. В русском языке уже существует устоявшееся фразеологическое словосочетание, обозначающее любую нежелательную, неэффективную, либо вредную, приводящую больше вреда, чем пользы помощь. Следовательно, при переводе на русский язык лучше обратиться именно к фразеологизму, и тогда выражение будет звучать следующим образом: «Мы оказали человечеству одну из величайших медвежьих услуг».

Обратим также внимание на употребление слова «great». В своей почти двухчасовой речи в марте 2024 года Дональд Трамп употребил это слово 84 раза. Не удивительно, ведь в своих выступлениях он активно использует слова с положительно-окрашенным значением. Это делается для того, чтобы расположить к себе слушателя. Рассмотрим некоторые примеры с лексемой «great». В начале своего выступления и в конце политический лидер повторяет: «We will make America great again» («Мы снова сделаем Америку великой»). Другие вдохновляющие высказывания, включающие в себя «great»: «We were a great nation, and we will soon be a great nation again» («Мы были великой нацией и скоро снова станем великой нацией»), «...made America into the single greatest nation in the history of the world» («...превратил Америку в единственную величайшую нацию в мировой истории») [8]. Дональд Трамп использует такой подход для того, чтобы привлечь людей к произнесенному тексту и расположить их к себе. Слушатели, в свою очередь, ощущают позитивный настрой и верят в светлое будущее.

45-й президент США также часто использует лингвостилистические приемы на синтаксическом уровне. В выступлениях Дональда Трампа присутствуют лексические повторы. Использование приема повтора также тесно связано с возможностью повлиять на сознание аудитории. Именно этот прием позволяет сосредоточиться на мысли, которая наиболее значима для говорящего, сосредоточиться на основной теме, усилить ее и повысить релевантность отдельных компонентов высказывания. Например, на 56-ой минуте выступления Дональд Трамп сказал: «There's nobody else. Nobody else» («Больше никого нет. Никто другой») [8]. Использование повтора в данном случае обусловлено тем, что автор пытается донести до слушателя, что они ответственны за выбор, который они делают, что их голос имеет весомое значение. В этом же выступлении мы нашли и другие примеры повтора: «That's not what the problem is. That's not what the problem is» («Проблема не в этом. Проблема не в этом»), «You are fired. You're incompetent. You're incompetent» («Ты уволен. Вы некомпетентны. Вы некомпетентны») [8].

Таким образом, проанализировав выступление Дональда Трампа в Грузии мы убедились в том, что американский лидер активно использует в своей речи лингвостилистические средства. Приведенные в работе примеры доказывают, что политик обращается к лингвостилистическим приемам для того, чтобы повлиять на подсознание слушателя. Несмотря на то, что речь Дональда Трампа отличается простым языком и использованием простых конструкций, при переводе его выступлений нужно быть внимательным, так как перевод

языковых средств является затруднительным процессом из-за различий в культурном, историческом и ментальном плане. Именно использование простых конструкций, повторов, стилистических приемов и изобразительных средств делают Дональда Трампа успешным оратором.

1. Баранов А.Н. Парламентские дебаты: традиции и новации / А.Н. Баранов, Е.Г. Казакевич. – М.: Знание, 1991. – 64 с
2. Блох М.Я., Резникова Н.А. Средства эмоционального воздействия политических выступлений // Вестник Томского государственного Педагогического университета. – 2006 – №9. – С. 14-18
3. Кобозева И. М. Семантические проблемы анализа политической метафоры // Вестник Московского университета. – 2001 – № 6. — С. 136–137
4. Кухаренко В. А. Практикум по стилистике английского языка / В. А.Кухаренко. – М.: Флинта, 2000. — 160 с
5. Рублева, Е.В. Лингвопрагматические аспекты политической теледискуссии: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. / Е.В. Рублева – М., 2006. – 23с
6. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. / Л.В. Щерба – М.: Едито-риал УРСС – 2004. – 432 с
7. Merriam-Webster. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/disservice> (date of access: 10.03.2024).
8. Donald Trump campaigns in Georgia | FOX 5 News. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CfiYjQOA5pI> (date of access: 10.03.2024).

Панченко А.А.

Методы, приёмы, формы изучения лирики Н.А. Мельникова в общеобразовательной школе

*Филиал ФГБОУ ВО «Брянского государственного университета
им. академика И.Г. Петровского» в г. Новозыбкове
(Россия, Новозыбков)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-127

Аннотация

В статье предлагаются методы, приёмы и формы работы с лирикой брянского писателя Николая Алексеевича Мельникова, направленные на развитие речевых умений, писательских и творческих навыков школьников. Для анализа привлечены патриотические стихотворения «Поле Куликово», «Письмо», «За веру, за Христа», «Русские мальчишки», «Страх». Содержание предлагаемого урока способствует углублённому пониманию художественных сочинений, поскольку в процессе их анализа применяются подробный пересказ, расстановка лирических акцентов, написание рецензии и др.

Ключевые слова: методы, приёмы и формы изучения лирики Н.А. Мельникова.

Abstract

The article proposes methods, techniques and forms of working with the lyrics of the Bryansk writer Nikolai Alekseevich Melnikov, aimed at developing speech skills, writing and creative skills of schoolchildren. The patriotic poems “Kulikovo Field”, “Letter”, “For Faith, for Christ”, “Russian Boys”, “Fear” were used for analysis. The content of the proposed lesson contributes to an in-depth understanding of literary works, since in the process of their analysis a detailed retelling, placement of lyrical accents, writing a review, etc. are used.

Keywords: methods, techniques and forms of studying the lyrics of N.A. Melnikova.

Уроки литературы оказывают влияние на формирование личностных результатов школьников, их мышления, которое должно сочетать логику и высокую духовность, представление о морально-нравственных идеалах и их развитие. Такие занятия способствуют формированию аналитической культуры участников образовательного процесса [2, с. 212].

В изучении лирических произведений заложены огромные возможности влияния на личностное формирование подростков, развитие их познавательных способностей, обогащение ценностно-смысловой сферы [4, с. 330].

Анализ лирических произведений особенно актуален в подростковом возрасте, когда в период активного личностного формирования происходит становление ценностно-смысловых ориентаций человека и у него появляется сознательный интерес к внутреннему миру личности, что является главным предметом лирической поэзии [5, с. 166].

Изучение региональной поэзии на уроках литературы в старших классах является необходимым условием для понимания и осмысления культурной традиции родного края. В современных школах введены дополнительные курсы родной литературы и родного языка по выбору. На данных занятиях изучается литература отчего края, особенности местной речевой традиции в соотношении с нормами русского языка, особенности функциональных стилей, что помогает учащимся при составлении официальных документов, написании сочинений, улучшает их коммуникативные навыки [1, с. 106].

Изучению творчества поэтов и писателей Брянщины уделяется недостаточно внимания. Большинство научных исследований связано с именами таких выдающихся писателей Брянщины, как А.К. Толстой и Ф.И. Тютчев. Так, в исследованиях, посвящённых творчеству А.К. Толстого, изучаются собственные имена в лирических и лироэпических произведениях писателя, их роль и значение в художественных текстах писателя [7]. Имена собственные рассматриваются и в художественной прозе А.К. Толстого – в частности, в историческом романе «Князь Серебряный» [8]. Предметом филологического анализа становится цветовая эстетика поэзии А.К. Толстого и Ф.И. Тютчева [6]. Помимо этого, изучение творчества А.К. Толстого и Ф.И. Тютчева входит в школьную программу по литературе.

Художественный мир, созданный в лирических и лироэпических произведениях Н.А. Мельникова (1966–2006) [3], интересует современных читателей более старшего возраста, однако школьники практически не знакомы с ним. Поэтому далее мы предлагаем один из вариантов изучения художественных сочинений писателя, который может быть применен в школьной практике изучения русской литературы.

Анализ поэтического текста в школе – это один из видов работ, который направлен на формирование предметных компетенций учащихся. Он помогает школьникам изучить формальные аспекты стихотворения и его содержательную сторону в единстве с языковым выражением. В школьной методике анализа литературного произведения главным является опора на современные подходы и приёмы в обучении. Изучение творчества Н.А. Мельникова не входит в обязательную часть школьной программы по литературе, но обратиться к произведениям писателя возможно на уроке внеклассного чтения по литературе в 10-ом классе.

Целями такого урока будут являться знакомство учащихся с жизнью и художественным творчеством Н.А. Мельникова, развитие навыков выразительного чтения и анализа лирики, выработка творческих и коммуникативных навыков, воспитание интереса школьников к литературе родного края, развитие патриотических чувств.

Задачами предлагаемого урока могут стать: совершенствование умений анализировать лирику, определять тему и идею стихотворения, находить литературные приёмы и средства выразительности, помогающие раскрыть содержание, самостоятельно анализировать стихотворение по плану, высказывать своё мнение о прочитанном; воспитание интереса к чтению региональных текстов; формирование положительных личностных качеств учащихся.

Охарактеризуем основные этапы урока.

После оргмомента следует второй этап урока, который содержит рассказ учителя о биографии писателя. Обращается внимание на то, что поэтическая деятельность Н.А. Мельникова велась с 1981 по 2006 гг. Педагог указывает на то, что большинство стихотворений поэта посвящены родному краю.

Далее педагог раздаёт учащимся список поэтических текстов, с которыми необходимо работать: «Поле Куликово» (1992), «Русские мальчишки» (1995), «Страх» (1995), «Письмо» (2006), «За Веру, за Христа» (2006).

Третий этап урока посвящён анализу стихотворений Н.А. Мельникова. На слайде предлагается подробный план анализа лирического произведения. Он включает следующих пункты: выражение общего впечатления о произведении, определение идеи и темы

стихотворения, особенностей лирического сюжета, характеристику лирического героя, комментирование языковых особенностей, средств выразительности, стихотворного размера, ритма и рифмы.

Рассмотрим, как может быть проанализировано стихотворение «Поле Куликово».

После выразительного чтения стихотворения учителем школьникам предлагается высказать свои чувства и эмоции. Данный приём позволяет сформировать речевые умения школьников, научить правильному и грамотному изложению своих мыслей и чувств.

Следующий шаг – определение основной темы произведения. В стихотворении звучит тема патриотизма и любви к Родине. Автор изображает картину мирного поля, которое вскоре станет «*полем брани*», где «*копья зазвонят*». Автор призывает людей к борьбе с врагом: «*Встанем, братья, в полный рост на земле родной!*».

Учащимся предлагается вспомнить о Куликовской битве, высказать своё мнение о событиях, происходивших на поле боя. Здесь возможна актуализация межпредметных связей литературы и истории.

Далее школьники находят слова, словосочетания и предложения, характеризующие патриотизм мирного народа: «*Покидая отчий дом, мы давали слово: / Лучше встретить смерть в бою, чем нести позор*», «*С нами Бог, за нами Русь, наше дело свято! / Кто останется в живых, тот помянет нас!*», рассматривают образы – Родины, русского народа, природы.

Учащиеся находят в стихотворении средства художественной выразительности, помогающие автору передать главную тему. Это яркие эпитеты: *вечных снов, в чужеземном стане, на земле родной, ратное крещенье, острый меч, скакун крылатый, светлый час*, антитеза – *поле тишины / поле брани*, олицетворение – *ночь уйдёт домой* и др.

Школьники отмечают, что стихотворение изобилует восклицательными предложениями. Благодаря этому оно звучит как призыв к действию, а именно – объединению всего русского народа против врага.

Далее учитель просит вспомнить и сопоставить стихотворение «Поле Куликово» с другими известными стихотворениями схожей темы: А. Блок «На поле Куликовом», «Я не предал белое знамя...», В. Лебедев-Кумач «Священная война», М. Лермонтов «Бородино», Ф. Тютчев «Славянам» («Они кричат, они грозятся...»). В процессе включения произведения в разные контексты учащиеся расширяют собственный интеллектуальный и эмоциональный опыт.

Завершается анализ указанием размера, ритма и рифмы. Учащиеся отмечают, что стихотворение написано шестистопным ямбом с перекрёстной рифмой, мужская и женская рифмы чередуются.

На четвёртом этапе урока учащиеся работают самостоятельно. Школьники по рядам анализируют с аксиологической точки зрения следующие стихотворения: «Русские мальчишки», «Письмо», «За веру, за Христа».

Остановимся на лирических акцентах в каждом из стихотворений. В «Русских мальчишках» выделяются «*Россия*», «*русские мальчишки*», «*простые пацаны*», «*заслонить собой Россию*». В этом стихотворении лирическим акцентом является само название «*Русские мальчишки*», ведь именно об их тяжёлой и горькой судьбе говорит автор: «*Но вот стоят лицом к лицу с войной / Ребята, не забывшие присяги*». В «Письме» автор акцентирует внимание на таких словах, как «*деревня*», «*забытая*», «*погибнет*», «*рухнет*». Таким образом, лирический акцент связан со словосочетанием «*забытая деревня*». В стихотворении «За веру, за Христа» выделяются следующие доминанты – «*война*», «*измучен наш народ*», «*вставай, народ*», «*смертный бой*», «*сила чёрная*». Лирический акцент связан со строками: «*Идёт война духовная / За веру, за Христа*». Они повторяются четырежды.

После этого педагог предлагает придумать свой вариант названия стихотворений с учётом идейно-тематического своеобразия. Проверка проводится следующим образом: один ученик из каждого ряда выступает у доски с анализом, остальные – слушают и дополняют.

Затем следует проверка учителем, в ходе которой он выясняет, насколько точно учащийся смог понять идею произведения.

Приём самостоятельной работы вырабатывает у учащихся умение находить выход из сложной ситуации, взаимодействовать друг с другом, высказывать своё мнение, соглашаться с одноклассником или опровергать их мысли.

Пятый этап урока – творческий. Учитель предлагает следующее задание, используя современный приём «Литературный критик». Задача ученика – написать отзыв или рецензию на стихотворение «Страх».

Вначале школьникам предлагается прочитать стихотворение и подробно его пересказать (*приём подробного пересказа*) с целью более отчётливого понимания сюжета. Примерный пересказ может выглядеть следующим образом: *лирический герой держит дверь на засовах и ружьё на стене в любое время суток, потому что живёт в большом страхе. Он предаётся воспоминаниям о беззаботных днях, когда не было страха и разочарования от жизни, когда во главе власти стояли порядочные люди, не вселяющие страх. Герой несчастен и страна его также несчастна, она погрязла в чёрных делах и беспределе власти. Но сам герой исправить эту ситуацию в стране не может, так как остальные молчат, боятся и терпят.*

После этого учащиеся приступают к анализу лирического произведения, попутно сравнивая свой пересказ с текстом стихотворения. В ходе выполнения работы, учащиеся видят, насколько глубже и объёмнее стихотворение, чем его пересказ. После этого школьники приступают к написанию отзыва или рецензии на стихотворение.

В качестве подсказки учитель применяет рабочие листы, на которых изложены фразы-помощники: «*По-моему мнению, у Вас удачно вышло...*», «*Не совсем удачным мне показалось...*», «*Я считаю, что главной темой Вашего произведения является...*», «*Вы отлично передали мысль о...*», «*...– именно эти образительно-выразительные средства смогли точно передать характер / настроение / тему / основную мысль стихотворения*».

Этот приём развивает писательские навыки школьников. Они учатся грамотно излагать свои мысли. Данное задание развивает творческие способности школьников, каждый ученик может проявить свой писательский талант.

Последнее задание для учащихся – «*Говорящая строка*». Школьникам необходимо составить краткий рассказ об изученных на уроке стихотворениях в виде сюжета радиопрограммы или телерепортажа. При составлении краткого рассказа предлагается сделать акцент на чувствах, эмоциях, полученных от знакомства с лирическими произведениями автора, на личном отношении к прочитанному. С помощью этого приёма формируются навыки обобщения изученного материала, вырабатываются речевые умения.

На заключительном этапе урока школьники совместно с учителем подводят итог проделанной работы. Учащиеся указывают на то, что проанализированные стихотворения Н.А. Мельникова объединены патриотической темой. Учитель задаёт следующий вопрос: «*Какие образы в стихотворениях Н.А. Мельникова встречаются наиболее часто?*». Учащиеся отмечают, что главными образами в стихотворениях автора являются образы России, деревни, русского народа. Учитель: «*Какие образы являются общими для всех проанализированных стихотворений?*». Учащиеся: *Н.А. Мельников в стихотворениях на первый план выдвигает либо образ России, погружённой в хаос, либо образ несчастного русского народа. В каждом произведении автора звучит мысль о том, что достигнуть общей цели можно лишь объединившись*. Педагог делает акцент на том, что, несмотря на трагический характер стихотворений поэта, в каждом из них звучат слова веры и надежды на лучшее.

Таким образом, изучение стихотворений Н.А. Мельникова в школьной практике обучения литературе способствует развитию и совершенствованию коммуникативных, писательских, творческих умений и навыков школьников. Предлагаемые для применения на уроке литературы методы, приёмы и формы работы (подробный пересказ, сопоставление со

стихотворениями других авторов, «Литературный критик», «Говорящая строка») способствуют наиболее точному пониманию содержания художественных произведений Н.А. Мельникова.

1. Белова, А.М. Патриотическое воспитание средствами литературного краеведения Брянщины в общеобразовательной школе / А.М. Белова // Новые горизонты русистики. – 2022. – № 17. – С. 106–111.
2. Никонова, Н.И., Захарова, Л.С. Воспитательный потенциал уроков литературы: сопоставительный метод / Н.И. Никонова, Л.С. Захарова // Мир науки, культуры, образования. – 2021. – № 4 (89). – С. 212–214.
3. Мельников, Н.А. Русский крест. Поэма. Стихотворения разных лет. Воспоминания о Николае Мельникове / Н.А. Мельников. – Орёл: [б. и.], 2014. – 95 с.
4. Миронова, К.В. Психодидактические основы становления у подростков способности к пониманию лирической поэзии / К.В. Миронова // Перспективы науки и образования. – 2021. – № 6 (54). – С. 330–341.
5. Миронова, К.В. Установка педагога на творческое взаимодействие как условие успешности процесса изучения лирической поэзии с подростками / К.В. Миронова // Мир психологии. – 2023. – № 2. – С. 165–172.
6. Панченко, А.А. Цветовая эстетика в поэзии А.К. Толстого и Ф.И. Тютчева / А.А. Панченко // Лингворегионоведение в восточнославянском пограничье: российско-белорусский локус: Сборник научных статей / Ред. колл. С.Н. Стародубец, В.Н. Пустовойтов, С.М. Пронченко. – Брянск: РИСО «БГУ», 2023. – С. 155–165.
7. Пронченко, С.М. Имена собственные в поэтической системе графа А.К. Толстого: парадигматический и синтагматический аспекты / С.М. Пронченко // Rhema. Рема. – 2018. – № 2. – С. 16–38.
8. Пронченко, С.М. Поэтонимы в художественной системе исторического романа графа А.К. Толстого «Князь Серебряный» / С.М. Пронченко // Новый филологический вестник. – 2021. – № 1 (56). – С. 138–147.

Рахимова К.И.

Речевой портрет политического лидера в предвыборном дискурсе

*Уфимский университет науки и технологий
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-128

Аннотация

В данной статье исследуется речевой портрет политического лидера в предвыборном дискурсе с целью выявления основных стратегий и тактик, используемых им для формирования образа и привлечения избирателей. Анализируются риторические приемы, выбор лексики и тон голоса, которые оказывают влияние на восприятие аудиторией. Результаты исследования позволяют понять, как политический лидер строит свой образ и коммуницирует с избирателями в период предвыборной кампании.

Ключевые слова: речевой портрет, политический лидер, политический дискурс, предвыборная кампания, средства речевого воздействия, политический имидж.

Abstract

This article examines the speech portrait of a political leader in pre-election discourse in order to identify the main strategies and tactics used by them to shape their image and attract voters. The analysis focuses on rhetorical devices, speech structure, choice of vocabulary, and tone of voice that influence audience perception. The research results will help understand how a political leader constructs their image and communicates with voters during the pre-election campaign.

Keywords: speech portrait, political leader, political discourse, pre-election campaign, rhetorical devices, political image.

В современном мире политические лидеры играют важную роль в формировании общественного мнения и принятии решений, которые затрагивают жизнь миллионов людей. Их речи и выступления, особенно в период предвыборной кампании, являются ключевым инструментом воздействия на электорат и формирования своего образа. Проблема создания речевого портрета говорящего является актуальной для лингвистов уже много лет. Современный подход к этой проблеме основывается на антропоцентрическом подходе,

который учитывает личностные характеристики человека, влияющие на речевой процесс и восприятие речи.

Речевой портрет отдельной личности может быть уникальным и индивидуальным, отражая ее способности, знания языковой семантики и систему концептов картины мира. В политическом дискурсе он играет ключевую роль.

Политический дискурс широко используется в различных областях науки, таких как лингвистика, философия, политология и социология. Однако, в настоящее время нет четкого определения этого термина. Каждая научная парадигма предлагает свое определение, уделяя внимание свойствам дискурса, которые актуальны для данного подхода. Таким образом, понятие дискурса может охватывать практически все, что интересно исследователю. Это объясняется тем, что понятие дискурса так же расплывчато и нечетко, как понятия языка, общества и идеологии. Однако, несмотря на это, дискурс остается популярным термином в научных исследованиях. [3, с 57].

Есть два основных подхода к пониманию политического дискурса: широкий и узкий. В широком понимании, политический дискурс включает в себя любые речевые акты, которые имеют отношение к политике, включая дебаты, речи, предвыборные кампании и программы политических партий. Такой подход предлагает Т. Ван Дейк. Он считает, что политический дискурс ограничивается профессиональной сферой политики [4, с 48].

Однако, Е.И. Шейгал предлагает другое понимание политического дискурса, утверждая, что он становится политическим, если хотя бы один из трех компонентов речи (субъект, адресат или содержание) относится к сфере политики. Она отмечает, что политический дискурс является политическим, только если его функции выполняются во время политического процесса. Таким образом, политический дискурс зависит от контекста, в котором происходит речь: где она произносится, кем, при каких обстоятельствах и с какими целями [8, с 121].

Речевой портрет играет значительную роль в политической коммуникации, так как является средством передачи идеологии, ценностей и миссии политического лидера или партии. Он представляет свои политические взгляды, идеи и программу действий, обсуждает важные проблемы общества и страны, а также влияет на формирование общественного мнения. Речевой портрет – это образ и характеристика речи говорящего, который выражает его индивидуальные особенности и стиль общения. Речевой портрет формируется на основе общих характеристик языка, которые присущи людям, объединенным определенными признаками, и влияет на формирование индивидуального стиля речи [1, с 15]. В то же время, он также зависит от того, как говорящий представляет себя и как его речь воспринимается слушателями. Поэтому речевой портрет является важным элементом коммуникации и помогает сформировать окончательное мнение о человеке [6, с 136]. Он представляет собой образ, который лидер строит с помощью своих выступлений и речевых выражений. Таким образом создается так называемый «имидж политика». Путем образования имиджа и с помощью коммуникации с населением и участием в политических дебатах лидеры могут воздействовать на общественное сознание и формировать общественное мнение [5, с 55].

Политический имидж – это образ политика, который создается и активно формируется с использованием различных средств и имеет целью воздействие на эмоции и психологию людей для популяризации и политической рекламы. В связи с тем, что политики существуют не только в рамках политической сферы, но и в коммуникативном пространстве, символические образы играют важную роль в формировании их имиджа. Население строит свои представления о политиках на основе этих символов, которые являются воплощением идеального образа той или иной социальной роли [7, с 76].

В статье анализируются предвыборные речи бывшего президента США Барака Обамы. Избирательные кампании претендента на президентское кресло США Барака Обамы включала многочисленные политические технологии, как рациональные – апеллирующие к разуму граждан, так и манипулятивные – рассчитанные на скрытое управление сознанием, волей, поведением людей при помощи психологических приемов. В исследованиях анализу подвергаются средства реализации языкового манипулирования на лексико-семантическом

уровне, таких как генерализация значения, синонимия, создание эмоционально-нагруженного контекста, метафора, гиперболы и др. [2, с 15].

С точки зрения фонетики и тональности, речь Барака Обамы можно охарактеризовать следующим образом:

1. Фонетически речь является четкой и понятной.
2. Тональность речи является умеренной и эмоционально нейтральной. Обама не использует ярких интонаций или эмоций, что позволяет ему передавать свои мысли и идеи без искажений и эмоциональных окрасов.
3. Речь содержит много пауз и акцентов на ключевых словах и фразах, что помогает подчеркнуть важность и значимость темы, которую он обсуждает.
4. Тон речи является убедительным и уверенным.

Проанализируем используемые приемы и стратегии.

1. Прием «Yes, we can» является мощным инструментом в политическом красноречии, поскольку он вызывает чувство единства и общности целей у слушателей. Используя этот прием, политик может подчеркнуть свою уверенность в том, что совместными усилиями можно достичь любых целей и решить любые проблемы.

В данном отрывке из речи Барака Обамы прием «we can» используется для подчеркивания важности сотрудничества. Обама призывает всех американцев объединиться и работать вместе для создания более совершенного общества, где все люди имеют равные возможности и права. Этот прием также помогает создать эмоциональную связь с аудиторией, поскольку он апеллирует к их желанию перемен и лучшей жизни. Используя «Yes, we can», политик показывает, что и он сам верит в силу народа и готов работать с ними для достижения общих целей. Таким образом, он подчеркивает свою роль «Борца» и одновременно «Слуги народа».

2. Политики, борясь за власть, стремятся повысить свою популярность, используя выразительную речь, построенную на эффективном использовании политических метафор. Метафора является инструментом воздействия на сознание и мыслительные процессы, она привлекает и удерживает внимание, создает выразительные образы, которые надолго запоминаются, и влияет на ассоциативное мышление. Б. Обама, будучи искусным оратором, успешно использовал метафоры в своих предвыборных выступлениях: например, метафорой в его речи является также упоминание о «реке надежды» (river of hope). Эта метафора используется для описания силы и настойчивости народа в достижении своих целей. Она подчеркивает, что надежда и вера в лучшее будущее являются двигателями перемен и прогресса. Упоминание о «реке надежды» создает образ движения вперед, несмотря на трудности и преграды, и призывает не останавливаться на достигнутом, а продолжать бороться за свои идеалы и мечты. Эта метафора усиливает эмоциональную составляющую речи и вдохновляет слушателей на действие и перемены. Метафорой в данной речи является также упоминание о «голосе свободы» (voice of freedom). Эта метафора используется для описания значимости голоса каждого человека и его способности изменить мир. Она подчеркивает, что каждый голос имеет силу и может внести свой вклад в борьбу за свободу и справедливость. Упоминание о «голосе свободы» создает образ того, что каждый человек является активным участником процесса перемен и что его голос может стать решающим фактором в достижении свободы и равенства.

3. Применяются и идеологические лозунги: «the true strength of our nation comes not from the might of our arms or the scale of our wealth» [9].

4. Использование глаголов в повелительном наклонении, таких как «Let us», чтобы призвать слушателей к действию.

5. В данных речах также используются слова и выражения, которые подчеркивают эмоциональную окраску выступления, например:

- «our voices can be that difference»
- «the arc of history»

- «we will not go back»
- «the banner of the Republican Party»
- «our stories are singular, but our destiny is shared»
- «the true strength of our nation comes not from the might of our arms or the scale of our wealth»
- «Yes, we can»

6. Эпитеты помогают привлечь внимание слушателей, вызвать эмоции и убедить их в правильности своих аргументов.: «the best of times and the darkest of hours», «the true strength», «perfect strangers» и т.д.

7. Также Обама использует такой прием как анафора: «We could have invested hundreds of billions of dollars in alternative sources of energy to grow our economy, save our planet, and end the tyranny of oil.

We could have strengthened old alliances, formed new partnerships, and renewed international institutions to advance peace and prosperity.

We could have called on a new generation to step into the strong currents of history, and to serve their country as troops and teachers, Peace Corps volunteers and police officers» [11].

8. Для усиления воздействия на аудиторию и акцентирования той или иной идеи характерно использование эмфатических конструкций: “I do think we have to focus on broader strategic issues” [10]. Чаще, чем эмфатические конструкции Обама употребляет с той же целью повторы и рамки: “I said that in September and I will continue to say that” [10].

9. Риторические вопросы: What is needed? What can best be done? What must be done? [11].

Речевой портрет и имидж Обамы имеет свои уникальные характеристики. Умело скомбинированные языковые средства помогли ему добиться успеха в предвыборных дебатах и характеризуют его как опытного и креативного оратора Обама, как бывший президент США, известен своим харизматичным стилем речи и умением мотивировать аудиторию. Он часто прибегал к использованию риторических приемов, эмоциональных апелляций и исторических аналогий. Его речевой стиль отличается хорошей подготовкой и оригинальностью.

В заключение можно отметить, что речевой портрет политика – это совокупность характеристик речи, которые отражают его политические взгляды, ценности и приоритеты. Он может включать в себя такие элементы, как использование определенных терминов и понятий, уровень языковой культуры, способность к аргументации и убеждению, умение вести дискуссию и т.д. Речевой портрет политического лидера в предвыборном дискурсе играет важную роль в формировании общественного мнения и воздействии на электорат. Анализируя речевые выступления политических лидеров, становится ясно, что они используют разнообразные риторические приемы и стратегии для достижения своих целей.

1. Альшева Ю. С. Речевой портрет современного политического лидера: автореф.дисс ... канд.филол.наук: 10.02.01. – Волгоград, 2012, –21 с.
2. Бодулева А.Р., Салиева А.В., Салина А.С. «Языковая манипуляция в условиях предвыборных кампаний (на материале выступления первой леди США Мелании Трамп)» // VI Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Языковые единицы в свете современных научных парадигм», БашГУ, Уфа. – 2021г. – С. 13-18.
3. Воробьева О. И. Политическая лексика. Ее функции в современной устной и письменной речи: Монография. Архангельск, 2000 – Ч. 2. – 119 с.
4. Дейк Т.А.ван язык • познание • коммуникация. Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
5. Кузьмина С.В. Политический дискурс как неотъемлемая часть политической коммуникации //Известия Саратовского государственного университета. Новая серия. Серия: социология, политология. – 2011. – Т. 11. – № 2. – С. 54–56.
6. Одарюк И.В. К вопросу о стереотипах поведения. Ростов-на-Дону. ;ДЮИ, 2000. – С. 136-137.
7. Семигин Г.Ю. Политическая энциклопедия: в 2 т. – М.: Мысль, 1999. – Т. 2. – 701 с
8. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Ин-т языкознания РАН; ВГПУ. Волгоград: Перемена, 2000. — 368 с.

9. English speeches//Barack Obama Speech: Yes We Can. URL: <https://www.englishspeecheschannel.com/english-speeches/barack-obama-speech/> (дата обращения: 27.12.2023).
10. Real clear politics// The Final Presidential Debate. [Электронный ресурс].URL:file:///C:/Users/User/Downloads/formirovanie_rechevogo_imidzha_v_politicheskom_diskurse_na_pri_mere.pdf (дата обращения: 27.12.2023).
11. The Guardian//Obama's foreign policy speech. [Электронный ресурс]. URL:<https://www.theguardian.com/world/2008/jul/16/uselections2008.barackobama> (дата обращения: 27.12.2023).

Рахмонова М.Н.

Сложноподчинённые предложения, выражающие определительные отношения

*ГОУ «Худжандский государственный университет
имени академика Бободжона Гафурова»
(Таджикистан, Худжанд)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-129

Аннотация

Данная статья посвящается понятию «определительное СПП» в английском языке. В отечественных грамматиках английского языка «придаточным определительным называется предложение, играющее в составе сложноподчиненного предложения роль определения к одному из его членов, выраженному существительным.

Ключевые слова: придаточное определительное, дескриптивные придаточные, аппозитивные предложения, адъективными придаточными

Abstract

The given article is devoted to the concept of “definitive NGN” in English. In domestic grammars of the English language, “a subordinate attributive is a sentence that plays the role of a definition in a complex sentence to one of its members, expressed by a noun.

Keywords: attributive clause, descriptive clauses, appositive clauses, adjectival clauses.

Объем понятия «определительное СПП» в английском языке не менее однозначен, чем в русском. В отечественных грамматиках английского языка «придаточным определительным называется предложение, играющее в составе сложноподчиненного предложения роль определения к одному из его членов, выраженному существительным (реже местоимением)» [2, с.413]. В основе данного определения лежит традиционная функциональная (логико-семантическая классификация) СПП, которая исходит из синтаксической функции придаточного по отношению к главной части. При этом придаточные приравниваются к членам предложения и выделяются предложения: подлежащные, сказуемые, дополнительные, обстоятельственные и определительные. «Отличие придаточных предложений от обычных членов предложения заключается в том, что, в силу наличия в них сказуемого, они способны выражать различные модальные и временные отношения» [2, с.393].

В работах русских исследователей рассматривается связь частей при помощи местоимений who (кто), whom (кого), whose (чей), that (который), which (который) и местоименных наречий when (когда), where (где), whence (откуда), whereon (когда, куда), а также бессоюзный способ связи частей [1, с.288].

Внутри своего класса определительные СПП традиционно подразделяются на две основных группы: «дескриптивные» («неограничительные») и «рестриктивные» («ограничительные») в зависимости от того, насколько тесна связь между главной и придаточной частями. Дескриптивные придаточные заостряют внимание на каких-либо характеристиках антецедента как такового, тогда как рестриктивные придаточные играют исключительно идентифицирующую роль, выделяя референт антецедента из числа других в конкретной ситуации. Такое подразделение, однако, не базируется на выразительных свойствах придаточных: дескриптивное придаточное может не обладать экспрессивной силой в

зависимости от назначения текста. Более того, из двух классов атрибутивных придаточных ограничительное придаточное является маркированным членом оппозиции, и класс дескриптивных придаточных можно определить как «неограничительные» предложения. В зависимости от контекста, одно и то же придаточное определительное может пониматься как ограничительное и как неограничительное: *At last we found a place where we could make a fire* - Наконец мы нашли место, где можно было разжечь костер; и *The place where we could make a fire was not a lucky one* - Место, где можно было разжечь костер, оказалось неудачным. Придаточное предложение в первом примере информирует слушающего о качествах места (мы иаиши такое место) и является дескриптивным, тогда как такое же придаточное во втором примере обращается к качествам данного места всего лишь в целях идентификации (место было неудачным) и является ограничительным. Такое разделение полностью повторяет традиционно существующее в русской грамматике [3, с.308-309].

Выделяют также третий тип определительных СПП - аппозитивные предложения. Такие предложения отличаются от первых двух разновидностей тем, что придаточная часть в них присоединяется к главной при помощи союзов *that* (что), *if whether* (ли), *as if, as though* (как будто), и союзных слов *what* (что), *which* (который), *where* (где), *why* (почему), *who* (кто), *how* (как), антецедентом всегда является абстрактное существительное, содержание которого раскрывается в придаточном предложении, например: *The fact that his cousin Gilbert was not present at the moment gave him the courage to say that* (Dreiser) - Тот факт, что его кузен Джилберт в тот момент отсутствовал, дал ему смелость сказать это; *The question whether he was to be buried with his father's at Condaford or here in the Cathedral was debated* (Galswarthy) - Вопрос о том, следует ли похоронить его в Кондафорде или тут при Соборе, был предметом обсуждения; *She had a strange sensation as if something had happened high above her head* (B. Show) - У нее было ощущение, будто что-то произошло высоко над головой; *We haven't yet settled the question who will lead the delegation* [1, с.288] - Мы еще не решили вопрос, кто возглавит делегацию; *He refused to tell te the reason why he had not accepted the invitation* - Он отказался сообщить мне причину, почему он не принял приглашения [1, с.204-206]. Авторы подчеркивают, что такие предложения формально отличаются от определительных, однако по сути являются таковыми.

В работах по синтаксису сложного предложения зарубежных лингвистов, которые, как правило, опираются на формальную и морфологическую классификации СПП, определительные придаточные предложения принято называть «придаточными относительными» (Relative Clauses), поскольку они вводятся относительными местоимениями и наречиями, или «адъективными придаточными» (Adjective Clauses). Как известно, формальная классификация исходит из характера основных средств связи предикативных частей - союзов и союзных слов. В рамках этой классификации различаются: а) сложноподчиненные предложения с придаточными, присоединяемыми союзами, и б) сложноподчиненные предложения с придаточными, присоединяемыми союзными словами. Дальнейшее их деление определяется характером союза или союзного слова. Морфологическая классификация исходит из того, какой частью речи является слово, к которому присоединяется придаточное (различаются приглагольные и приименные придаточные), или из аналогии придаточного с определенной частью речи. В связи с этим различают сложноподчиненные предложения с субстантивными, адвербиальными, адъективными придаточными. Во втором случае «речь идет опять-таки об аналогии придаточных предложений и членов простого предложения, только последние обозначаются в терминах соответствующих таксономических классов».

Как правило, термины «придаточные определительные», или «придаточные адъективные» (Adjective clauses), и «придаточные относительные» (Relative Clauses) используются как синонимы. «The relative clause, traditionally called the adjectival clause because it modifies a noun, is typically a postmodifier to the noun head» [Winter 1982: 54] - «Придаточное относительное, традиционно называемое адъективным придаточным, поскольку оно служит определением к существительному, выполняет функцию постпозитивного атрибута именной группы». Часто слово, к которому непосредственно относится рассматриваемое местоимение или наречие, может быть опущено. В таком случае функции относительных местоимений и

наречий расширяются: мы получаем то, что обычно называется «конденсированными относительными словами» (Condensed Relatives): ср., например, Who says that is right - Тот, кто говорит это, прав, где придаточное предложение как бы вытесняет подлежащее в более полном предложении He who says that is right - Тот, кто говорит это, прав - и занимает его место. Предложения, вводимые «конденсированными относительными словами», могут выполнять самые различные функции, соответствующие функции определяемого слова в более полном предложении: в частности - и функцию прямого дополнения, как в предложении I don't understand what you say - Я не понимаю, что вы мне говорите (очевидно, раньше это предложение строилось по образцу I don't understand that which you say - *Я не понимаю то, которое вы говорите [Смирницкий 1957; 95]. Единого мнения о том, можно ли относить такие конструкции к типу определительных, нет.

Использование содержательного подхода приобретает особую значимость в связи с тем, что отечественные и зарубежные исследователи английского синтаксиса прошли такой же путь, что и языковеды, изучавшие русское сложное предложение: от логического подхода к формально-грамматическому, а затем структурно-семантическому.

1. Барабаш Т.А. Пособие по грамматике современного английского языка. М.: Междунар. отношения, 1975. 288 с.
2. Бархударов Л.С. Грамматика английского языка. М., 1973. 424 с.
3. Блох М.Я. Теоретическая грамматика английского языка. М., 1983. 383 с.
4. Иванова И.П. История английского языка. – М., 1990. 200 с.
5. Левицкий Ю.А. Основы теории синтаксиса: учеб. пособие для студ. вузов. М.: Комкнига, 2005. 367 с.
6. Смирницкий А.И. Морфология английского языка. М.: 1959. 230 с.
7. Ashrapov V.P. Comparative Analysis of Word-Building Potential of Tajik Adverbial Prefix бар-/bar and its English equivalents // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – No. 103-2. – P. 193-196.
8. Ashrapov V.P. Some considerations beset with English word-building rules // Образование от «А» до «Я». – 2021. – No. 4. – P. 5-6. – EDN EQYIVI
9. Ashrapov V.P. Comparative analysis of word-building potential of Tajik adverbial prefixes бар-, дар- and то- and their English equivalents // Stephanos. 2023. No. 6 (62). P.81-69. <http://stephanos.ru> DOI 10.24249/2309-9917-2023-62-6-81-89
10. Ashrapov V.P. Word-building potential of Tajik adverbial prefix бо-/bo- and its English equivalents // Начала Русского мира. 2022. – No. 1. – P. 15-18.

Рашидова Д.А., Махмудова Ф.

Художественный текст как объект лингвистического исследования

*ГОУ «Худжандский государственный университет
имени академика Бободжона Гафурова»
(Таджикистан, Худжанд)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-130

Аннотация

Отмечается, что художественный текст – это определенная модель мира, которая вне языка просто не существует. Для читателя, способного и желающего понять его, используя произвольную, субъективно понимаемую систему кодов, смысл может быть существенно искажен; однако для человека, читающего художественный текст, выведенного из системы внетекстовых связей, литературное произведение может потерять свое смысловое значение.

Ключевые слова: художественный текст, язык, произвол, система внетекстовых связей, литературное произведение, смысловое значение.

Abstract

It is noted that a literary text is a certain model of a world that simply does not exist outside of language. For a reader who is able and willing to understand it using an arbitrary, subjectively understood system of codes, the meaning may be significantly distorted; however, for a person reading

a literary text, removed from the system of extra-textual connections, a literary work may lose its semantic meaning.

Keywords: literary text, language, arbitrary, the system of extra-textual connections, a literary work, semantic meaning.

Художественный текст является определенной моделью мира, который просто не существует вне языка. Для читателя, который способен и стремится понять его с помощью произвольных, субъективно понятной системы кодов, значение может значительно исказиться; однако для человека, читающего художественный текст, устраненного из системы внетекстовых связей, литературное произведение может потерять свое смысловое значение. Как отмечает М. Ю. Лотман, «внетекстовые связи – это, своего рода, совокупность исторически сложившихся художественных кодов, придающая тексту смысловое значение. Это действительные связи, так как, например, понятие «русский язык» не менее реально, чем «текст на русском языке», однако это реальности разного типа и методы изучения их также будут различным» [3, 50]. Таким образом, вне упомянутых связей художественный текст не может существовать – это является одним из ключевых аспектов в определении языковой сущности понятия текста.

Внетекстовые связи внутри художественного текста мы можем определить, как соотношение элементов, зафиксированных в тексте, и элементов, из которого осуществляется выбор конкретного употребляемого текстового элемента. Таким образом, становится понятно, что «употребление определенного ритма в системе, которая допускает выбор альтернатив, дает нам разнообразные художественные конструкции, однако материально зафиксированная сторона произведения – текст – останется неизменной» [4, 73]. По мнению Ю.М. Лотмана, значимыми для понимания термина «текст» являются такие определения, как «выраженность», «отграниченность» и «структурность». Рассмотрим их подробнее.

Выраженность. Текст всегда зафиксирован в определенных символах. Для художественной литературы это, прежде всего, выраженность текста знаками естественного языка. С помощью выраженности текст рассматривается как реализация некоторой системы, ее материальное воплощение. Текст, так или иначе, всегда принадлежит области речи, поэтому он всегда будет обладать как системными элементами, так и внесистемными. Сочетание принципов иерархичности и множественной пересеченности структур приводит к тому, что внесистемное с точки зрения одной из частных подструктур может оказаться системным с точки зрения другой, а перекодировка текста на язык художественного восприятия аудитории может перевести любой в принципе элемент в класс системных. И все же наличие внесистемных элементов – неизбежное следствие материализации, равно как и ощущение того, что одни и те же элементы могут быть системными на одном уровне и внесистемными на другом, – обязательно сопутствуют тексту [3, 79].

Отграниченность. Тексту всегда присуща отграниченность. В этом отношении текст противостоит, с одной стороны, всем материально воплощенным знакам, которые не входят в его состав, по принципу включенности – невключенности. С другой стороны, он противостоит всем структурам с невыделенным признаком границы – например, и структуре естественных языков, и безграничности («открытости») их речевых текстов. Но в системе естественных языков есть и конструкции с ярко выраженной категорией отграниченности – это слово и, в особенности, предложение. Поэтому они особенно важны для построения художественного текста. Как показал А.М. Пятигорский, «текст обладает единым текстовым значением и в этом отношении может рассматриваться как нерасчленимый сигнал» [5, 148]. «Быть романом», «быть документом», «быть молитвой» – значит выполнять определенную культурную функцию и передавать некоторое целостное значение. Каждый из этих текстов читатель определяет по некоторому набору признаков. Поэтому передача признака другому тексту – это одно из значимых средств образования новых значений (текстовый признак документа придает художественному произведению и пр.).

Иерархичность текста, то, что его система распадается на сложную конструкцию подсистем, ведет к тому, что ряд элементов, принадлежащих внутренней структуре, оказывается пограничным в подсистемах разного типа (например, границы глав). Граница, показывая читателю, что он имеет дело с текстом, и, вызывая в его сознании всю систему соответствующих художественных кодов, находится структурно в сильном положении. Поскольку одни из элементов являются сигналами одной какой-либо границы, а другие – нескольких, совпадающих в общей позиции в тексте (конец главы является и концом книги), поскольку иерархия уровней позволяет говорить о доминирующем положении тех или иных границ (границы романа иерархически доминируют над границей главы), открывается возможность структурной соизмеримости роли тех или иных сигналов отграничения. Параллельно с этим насыщенность текста внутренними границами (наличие «переносов», разбиение на главы и т. п.) и отмеченность внешних границ (степень отмеченности внешних границ может понижаться вплоть до имитации механического обрыва текста) также создают основу для классификации типов построения текста [4].

Структурность. Текст – это не простая последовательность знаков в промежутке между двумя внешними границами. «Тексту свойственна внутренняя организация, которая превращает его на синтагматическом уровне в структурное целое. Поэтому для того, чтобы некоторую совокупность фраз естественного языка признать художественным текстом, важно убедиться, что они образуют некую структуру вторичного типа на уровне художественной организации» [4, 75]. Структурность и отграниченность текста взаимосвязаны.

Важно отметить, что, говоря о материальной выраженности текста, мы имеем в виду специфическое свойство знаковых систем. Материальной субстанцией в них выступают не сами элементы, а отношения элементов. Соответственно, это находит отражение и в проблеме художественного текста, который «строится как определенная система отношений составляющих его материальных единиц» [2, 34]. Это связано с тем, что между различными уровнями текста могут образовываться дополнительные структурные связи – отношения между типами систем. Текст подразделяется на подтексты (фонологический, грамматический, семантический уровни и т. п.), каждый из которых может рассматриваться как самостоятельно организованный. По мнению Н.С. Валгиной, «структурные соотношения между этими уровнями есть определенная характеристика текста в целом. Конкретно эти устойчивые связи (внутри уровней и между ними) придают тексту инвариантный характер» [1, 198]. Функционирование текста в социальной среде порождает тенденцию к разделению текста на множественные варианты. Данное явление достаточно подробно изучено на примере фольклора и средневековой литературы. Обычно предполагается, что техника печатания, которая навязала свой графический язык новой культуре, привела к исчезновению вариантов литературного текста.

Таким образом, наличие определённой структуры обеспечивает целостность произведения, его способность воплощать и передавать выражаемое в нём содержание. При непосредственном восприятии произведения искусства его структура не фиксируется сознанием, не выделяется, так как для восприятия произведение существует именно как конкретная целостность.

Художественный текст с лексической стороны – это очень сложное и многогранное явление. Автор художественного текста использует образы, которые воздействуют на чувства читателя, накапливают различные умозаключения. Однако часто автор не высказывает свою позицию открыто. Поэтому, чтобы в полной мере понять его замысел, необходимо не только уловить смысл художественного текста, но и проанализировать его лексические, синтаксические элементы. Таким образом, нужно провести комплексный анализ художественного произведения, где значимым является определение стилистики и лексического своеобразия.

1. Валгина Н.С. Теория текста: учеб. пособие. – М.: Изд-во «Логос», 2003. – 279 с.
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. Изд. 5-е, стереотипное. – М.: КомКнига, 2007. – 144 с.
3. Лотман Ю.М. Структура художественного текста // Об искусстве. СПб., 1998.– 112 с.

4. Лотман Ю.М., Пятигорский А.М. Текст и функция // 3-я летняя школа по вторичным моделирующим системам: Тезисы. Доклады. Тарту, 1968. – 150 с.
5. Пятигорский А.М. Некоторые общие замечания относительно рассмотрения текста как разновидности сигнала // Структурно-типологические исследования. – М., 1962.
6. Рашидова, Д. А. Стилистические особенности писем в десятом веке / Д. А. Рашидова // Вестник Педагогического университета. – 2017. – № 4(71). – С. 76-82. – EDN YТMAZO.
7. Рашидова, Д. М. Роль и место Бадеуззамона Хамадони в формировании жанра макома в персидско-таджикской и арабской литературах / Д. М. Рашидова // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Серия гуманитарно-общественных наук. – 2018. – № 1(54). – С. 131-135.
8. Нигматов, Н.И. Арабские слова в «Диван»-е Алишера Навои / Н.И. Нигматов, Б.П. Ашрапов // Актуальные научные исследования в современном мире. - 2022. - № 2-6 (82). - С. 148-153.
9. Rashidova, D. A. The Leader of the Nation Emomali Rahmon`s Contribution into Enactment of Programme of Foreign Languages / D. A. Rashidova, B. P. Ashrapov // Herald of the Pedagogical University. – 2022. – No. 3(98). – P. 85-88. – EDN CMKVYU.

Саньярова Р.Р., Кудакаев И.Г..

Концепт «йөрәк/сердце» в башкирской языковой картине мира

*Уфимский университет науки и технологий
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-131

Аннотация

Концепт йөрәк “сердце” относится к ключевым фрагментам национальной концептосферы башкирской лингвокультуры. Каждый из этих феноменов представляется явлением высокой степени значимости для конкретной культуры и ценным источником информации об особенностях опыта познания окружающей действительности тем или иным народом. Именно ключевые концепты национальной культуры дают возможность приблизиться к миропониманию носителя изучаемого языка, так как репрезентируют взгляд человека на собственный внутренний мир, а также позволяют лучше понять душу и сердце данного народа. Фразеологические единицы башкирского языка, репрезентирующие отрицательные и положительные эмоции, являются основными средствами образной вербализации концепта йөрәк “сердце” в башкирском языке.

Ключевые слова: концепт “йөрәк”, фразеологизмы, пословицы и поговорки.

Abstract

The concept of yorak “heart” refers to the key fragments of the national conceptual sphere of Bashkir linguistic culture. Each of these phenomena appears to be a phenomenon of high significance for a particular culture and a valuable source of information about the peculiarities of the experience of cognition of the surrounding reality by one or another people. It is the key concepts of national culture that make it possible to approach the worldview of a native speaker of the studied language, as they represent a person's view of their own inner world, and also allow them to better understand the soul and heart of a given people. The phraseological units of the Bashkir language, representing negative and positive emotions, are the main means of figurative verbalization of the concept of yorak “heart» in the Bashkir language.

Keywords: the concept of “yorak», phraseological units, proverbs and sayings.

Современная лингвистика все активнее обращается к изучению концептов, так как концепты являются отражением культуры носителя языка и потому помогают лучше раскрыть особенности мировоззрения и мировосприятия представителей определенной культуры. Концепт “сердце” символизирует центр человека как биологический, так и духовный, поэтому в наибольшей мере выражает антропоцентризм языка.

Концепт “сердце” занимает одно из основных мест среди других языковых единиц любого языка. Данное слово является многозначным. Например, в “Толковом словаре русского

языка” выделяются следующие значения слова “сердце”: 1) центральный орган кровеносной системы: порок сердца; 2) символ души, переживаний, чувств: чѣрствое сердце; 3) важное место чего-нибудь, средоточие: Москва – сердце нашей Родины; 4) символическое изображение в виде вытянутого по бокам овала: сердце, пронзѣнное стрелой; 5) гнев, раздражение: сказать с сердцем [6, 928]. В “Современном толковом словаре” приводится шесть значений исследуемого слова: 1) центральный орган кровеносной системы; 2) орган как кушанье; 3) внутренний мир человека; 4) душевные качества человека; 5) гнев; 6) главная часть чего-нибудь [5, 736-737]. А “Толковый словарь ключевых слов” выделяет 9 значений слова “сердце”: 1) центральный орган кровообращения человека и животных: здоровое сердце; 2) место в левой стороне груди: схватился за сердце; 3) внутренний мир человека: тайны человеческого сердца; 4) душевные качества, характер человека: человек с золотым сердцем; 5) отзывчивость, душевное расположение к людям: отдать сердце детям; 6) вместилище любовных чувств: завоевать с. женщины; 7) символическое изображение любви в виде овала: открытка в виде сердца; 8) центральная, глубинная часть какой-либо местности: Кремль – сердце Москвы; 9) продукт питания: свиное сердце [7, 503-504].

Концепт “йѳрѳк” в башкирском языке имеет 3 значения:

1. анат. Сердце – конусообразный полый мышечный орган, в который поступает кровь из впадающих в него венозных стволов и перекачивает её в артерии, которые примыкают к сердцу. Кеше йѳрѳге (человеческое сердце). Нау йѳрѳк (здоровое сердце). Например: Бер туктауһыз кан баһымы һикерѳ, йѳрѳге тынғылык тапмай (Р. Ырыскужина). – Всѳ время давление скачет, сердце никак не успокоится. Өсѳ күнеленѳ шом тѳштѳ, йѳрѳге йыш-йыш тибеп, аяк быуындары калтыраны (М. Гайфуллина). – В душе матери было беспокойно, сердце бешено застучало, ноги подкосились. Йѳрѳгем ауырта башлағас, ял итеп алайым, тип, сығып ултырғайным юл ситенѳ (Т. Карасурина). – Когда заболело сердце, решила отдохнуть и присела у обочины.
2. перен. Душа, чувства. Йѳрѳк йылыһы (душевное тепло). Например: Тизерѳк барып еткеһе килеүзѳн, яратып һағыныузан йѳрѳге ашкынды (И. Хужабирганов). – От желания быстрее доехать, от тоски по любимой у него разрывалось сердце. Рузилѳ һағынып ирен кѳттѳ, телефон шылытыраған һайын йѳрѳге елкенде, хѳзер кайтып етѳм, тигѳн тауышын ишетеренѳ ѳмѳтлѳнде (М. Утяганова). – Рузиля соскучилась по мужу, от каждого звонка телефона у нее трепетало сердце, надеялась услышать его голос.
3. миф. Мифологизированная часть тела, являющаяся вместилищем души, чувств человека [1, 160-164].

В любом языке существуют такие слова и выражения, в которых отражена культура народа, его традиции, обычаи, взгляды на жизнь и даже национальный характер. К числу таких слов и выражений относятся фразеологизмы.

Фразеологизмы башкирского языка с компонентом “йѳрѳк” (около 50 единиц) можно распределить по следующим семантическим группам:

1. Фразеологизмы, которые выражают черты характера человека:
 - а) положительные: арыслан йѳрѳкле (храбрый, смелый, храбрец), кайнар йѳрѳкле (горячее сердце, с горячим сердцем), куш йѳрѳкле (смелый, храбрый);
 - б) отрицательные: кара йѳрѳк(ле) (жестокосердный), куян йѳрѳкле (заячья душа, трусливый), таш йѳрѳкле (безжалостный, бессердечный), туң йѳрѳк(ле), үлгѳн йѳрѳк, һүнгѳн йѳрѳк (равнодушный, чѳрствый). Например: Бына, исмаһам, арыслан ир... Куш йѳрѳкле (З. Биешева). – Вот это мужчина... Храбрый. Бѳркѳт күзле, арыслан йѳрѳкле Буранша! (З. Биешева). – Буранша, смельчак с орлиным взором! Туң йѳрѳк! Ни эшлѳп ошондай кыззы күрмѳй йѳрѳйһѳн? (А. Хакимов). – Черствая душа! Такую девушку не замечаешь!

2. Фразеологизмы, которые обозначают психофизиологическое состояние человека:
- а) положительное: йөрәккә йылы инеү (полегчать на сердце), йөрәге күкрәгенә һыймау (переполниться (радостью), йөрәккә ял булыу (обрести душевный покой), йөрәк кабыныу (вдохновляться чем-либо);
 - б) отрицательное: йөрәк болғаныу (тошнить), йөрәк дерелдәү (бояться, дрожать, трепетать), йөрәккә йәбешәү (почувствовать себя плохо), йөрәк һарыуы (горе, скорбь, печаль), йөрәк яраһы (душевная рана), йөрәккә таш булып ултырыу (лечь камнем на сердце) и т.д.
Например: Йөрәк яраһы уңалыр (Н.Мусин). – Душевная рана затянется. Эске тулкынланыуынан уның йөрәге күкрәгенә һыймай типте (Р.Уметбаев). – От внутреннего волнения его переполнялось радостью. Ниндәйзер матур һүззәр йөрәккә май булып ята, йәшәргә, эшләргә дәрт уята (З.Хамидуллина). – Простые добрые слова радуют сердце, дают жизненные силы.
3. Фразеологизмы, которые выражают отношение к делу, к людям:
- а) положительное: бәтә йөрәктән (от всего сердца), йөрәк каны (самый близкий), йөрәк параһы (душенька, сердечко моё), йөрәк түрендә һаклау (беречь как зеницу ока), йөрәккә ятыу (нравиться, доставлять удовольствие), йөрәк ятыу (симпатизировать, иметь расположение к кому-либо);
 - б) отрицательное: йөрәк итен ашау, йөрәк итен телгеләү, йөрәк итен тырнау (прожужжать все уши; терзать душу), йөрәк кубуы (сильно испугаться, перепугаться), йөрәккә инеү (войти в доверие; влезть в душу), йөрәк өзгөс, йөрәк ярғыс (душераздирающий), йөрәк катыу (охладеть, остыть к кому-либо), йөрәкте өзәү (заставить переживать, страдать), йөрәкте кузғатыу (тревожить, волновать, беспокоить), йөрәккә ут һалыу (взбудоражить, взволновать кого-либо), йөрәккә төшәү (вымотать душу) и т.д.
Например: Шулай за балаларын бер генә минутка ла исенән сығарманы, йөрәк түрендә һакланы (Ф.Мырзакаев). – Тем не менее она ни на минуту не забывала о своих детях, они были в ее сердце. Ул йөрәк ярғыс итеп: “Әсәй!” тип кыскырып ебәрзе (З.Салихова). – Он душераздирающим голосом закричал: “Мама!”. Ейәнсәре тынысланды, Ғәйшә әбейзең, киреһенсә, йөрәге купты (М.Кагарманова). – Внучка успокоилась, а бабушки Гайши, наоборот, сердце было не на месте. Шул ерзә йөрәк табанға төшәп китте (Ф.Низамова). – В этот миг сердце ушло в пятки.

Проанализировав фразеологический фонд башкирского языка с компонентом йөрәк можно сделать следующие выводы:

1. Во фразеологической картине мира сердце выступает как предмет, имеющий определенные физические свойства (температуру, объем, глубину, вес, размер, качество, состояние): кайнар йөрәкле (горячее сердце, с горячим сердцем), куш йөрәкле (смелый, храбрый); кара йөрәк(ле) (жестокосердный), таш йөрәкле (безжалостный, бессердечный), туң йөрәк(ле) (равнодушный, чёрствый), йөрәк иреү (растопить сердце), саф йөрәктән (от чистого сердца) и т.д.
2. Слово “сердце” ассоциируется человеком, так как оно является самым важным органом и символизирует жизнь: йөрәк дерелдәү (бояться, испугаться), йөрәккә сызамау (переживать, беспокоиться), йөрәккә ял булыу (обрести душевный покой), йөрәк һызлау (сердце ноет) һ.б.
3. При помощи фразеологических единиц с данным компонентом можно описать разнообразные психологические состояния: 1) “испуг, страх, робость”: йөрәк

табанға төшөү (сердце ушло в пятки), йөрәк жыу (шыу) итеү (сердце оборвалось (при сильном испуге), йөрәк кубыу (сильно испугаться), йөрәк дерелдәү (испугаться, бояться, дрожать), йөрәк алыныу (сильный испуг), йөрәкте ус төбөнә алыу (сильно испугаться); 2) “волнение, переживание”: йөрәккә сызамау (переживать, беспокоиться), йөрәк өзөлөү (переживать, страдать), йөрәк сығыу (сильное волнение), йөрәкте кузғатыу (волновать, беспокоить), йөрәкте өзөү (заставить переживать), йөрәк урынында түгел (сердце не на месте); 3) “тоска, печаль”: йөрәк һарыуы (горе, печаль, скорбь), йөрәк яныу (печалиться, сокрушаться), йөрәк майы һызлау (отдаваться в сердце (от переживаний); 4) “радость”: йөрәге күкрәгенә һыймау (сердце прыгает в груди от радости) и т.д.

В башкирской языковой картине достаточно много пословиц и поговорок с рассматриваемым концептом. Их анализ показал, что содержание пословиц и поговорок часто носит назидательный смысл и включает в себя утверждение явлений и свойств, а также их оценку. Например: Ауырыу аяктан, кайғы йөрәктән алыр. Баланың бармағы ауырта, әсәнен йөрәге ауыртыр. Иҫерек иҫендәген, зарлы йөрәгендәгәһен һөйләр. Эшләгәндә йөрәгең елкенһен, ашағанда қолағың һелкенһен. Кул яраһы уңала, тел яраһы йөрәктә кала. Миһынбанлык – йөрәктән, миһынбанһызлык – беләктән.

Таким образом, на основе лексикографического анализа слова йөрәк в башкирском языке можно сделать вывод, что данный концепт представляет собой феномен высокой степени значимости, о чем свидетельствует большое количество фразеологизмов и паремий в лексикографических источниках башкирского языка.

1. Академический словарь башкирского языка Том / Под ред. Ф. Ф. Хисамитдиновой. – Уфа: Китап, 2012. – 944 с.
2. Ардаширова Р.Б. Сопоставительный анализ фразеологических единиц репрезентации концепта “сердце” / “йөрәк” в русском и татарском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Казань, 2011. – 24 с.
3. Ардаширова Р.Б. Эмоциональная специфика фразеологических единиц с концептом “сердце” (на примере русского и татарского языков) // Научный потенциал: работы молодых ученых. – 2011. – № 2. – С. 278-280.
4. Башкорт фольклоры концептосфераһы. Лингвокультурологик һүзлек / Төзөүселәр: Л.Х.Сәмситова, Г.Р.Иҫбаева, Г.С.Әхмәтшина, Г.М.Байназарова, Ә.Н.Килмәкова, Р.М.Ташбулатова. – Өфө: Китап, 2013. – 492 бит.
5. Кузнецов С.А. Современный толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А. Кузнецов. – М.: Ридерз дайджест, 2004. – С. 736-737.
6. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: АЗЪ, 1994. – 928 с.
7. Складневская Г.Н. Толковый словарь ключевых слов русского языка. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2014. – С. 503-504.
8. Әхтәмов М. Х. Башкорт халык мәкәлдәре һәм әйтемдәре һүзлеге / М.Х.Әхтәмов. – Өфө: Китап, 2008. – 776 бит.

Сафарова С.Р.

Формирование социолингвистической компетенции на материале политкорректной лексики

*Уфимский университет науки и технологий
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-132

Аннотация

Данная статья исследует явление «политкорректность» в пределах социолингвистической компетенции. Автор описывает способы применения гендерно-нейтральных выражений в современном обществе. Также был проведен анализ отрывка из произведения одного из современных американских писателей и его методов применения политически корректной лексики в данном историческом этапе.

Ключевые слова: политическая корректность, социолингвистическая компетенция, гендерно-нейтральные выражения, анализирование, формальная лексика.

Abstract

This article explores the phenomenon «political correctness» within the limits of sociolinguistic competence. The author describes the ways of using gender-neutral expressions in modern society. An analysis of an excerpt from the work of one of the modern American writers and his methods of applying politically correct vocabulary at this historical stage was also carried out.

Keywords: political correctness, sociolinguistic competence, gender-neutral expressions, analysis, formal vocabulary.

Множество коннотаций, характеризующих политкорректность в качестве лингвистических компетенций склонны к тому, что это избавление языка от негативных и фамильярных выражений. Л.В. Ионина трактует политическую корректность как поведенческий и языковой феномен, отражающий стремление носителей языка преодолеть существующую в обществе и осознаваемую им дискриминацию в отношении различных членов социума [Цурикова, 2001: 94].

Политкорректность проявляется на различных уровнях языка (морфологическом, лексическом и синтаксическом), чаще выражаясь на лексическом уровне, который основывается на эвфемизации [Бодулева 2022:61].

Способы реализации политкорректной лексики также менялись с течением времени. Появлялись тенденции, современный мир «диктует» новые и уникальные правила, которые в социуме соблюдать стало просто необходимо для каждого образованного человека [Варуха, Давлетбаева 2023: 68].

Социолингвистическая компетенция описана, как «способность языковой личности организовать своё речевое поведение адекватно ситуациям общения с учетом коммуникативной цели, намерения, социальных статусов, ролей коммуникантов и обстановки общения в соответствии с социолингвистической нормой и установками конкретного национально-лингво-культурного сообщества» [Дагбаева, Овчинникова 2012:103].

Политкорректность – представляет огромный выбор материала для изучения языка. Для учащихся особенно важно понимать, что при «погружении» в иностранный язык важно еще и изучить культурные особенности коренного населения, познакомиться с общечеловеческими ценностями. При этом не нужно забывать и о том, что аутентичные тексты носителей языков также помогают погрузиться в иностранную среду и познать язык в контексте «диалога культур».

Способы реализации политкорректной лексики также менялись с течением времени. Появлялись тенденции, современный мир «диктует» новые и уникальные правила, которые в социуме соблюдать стало просто необходимо для каждого образованного человека. Особо пристального внимания заслуживают некоторые примеры, политкорректность в которых повлияла на существующую дискриминацию по половому признаку. Слово woman активистки изменяют на womun. К сожалению, такого рода изменения английского языка не прижились в современном мире. Также нередко используется слово herstory, вместо history.

Выделяют два основных способа языковых выражений политкорректной лексики: языковой и культурно-поведенческий. В первом случае подразумеваются современные средства языкового выражения. Вторая же непосредственно связана с политикой.

Как реализуется политкорректность на различных языковых уровнях?

В первую очередь, на уровне словообразования: маскулинное «Mr» или феминное «Mrs/Ms» заменяется на нейтральное «Mx», дословно «Miks» или «Muks».

Во втором случае, который хочется выделить – реализуется на уровне лексики. Применяются человеком эмоционально нейтральные эвфемизмы вместо синонимичных слов и выражений, кажущихся ему/ей нетактичными. Например, говорят “the deceased” – покойный, вместо “the dead” – мертвец и т.д.

В третьем случае, на уровне синтаксиса. В политкорректной лексике используется не активный залог, а пассивный. В таком варианте не привлекается внимание аудитории к исполнителю действия. Употребляются безличные конструкции. Например, предложения строятся без использования притяжательного местоимения *her*, и заменяется на *their* или *his/her*. Так, англичане строятся предложение: *All of us should do his/her work* вместо *All of us should do his work*.

Поводя итоги всему вышесказанному, способы реализации политически корректной лексики меняются с течением времени, возникают новые направления, методы реализации языка в современном обществе, в связи с этим представителям социума важно непрерывно обучаться корректной лексике, использовать ее в повседневности. Следовать трендам в эпоху глобализации, анализировать свою речь, использовать уважительные выражения, избегая фамильярные формулировки в коммуникациях – это необходимые условия для общения в наши дни.

Политическая корректность выражается в потребности обнаружения актуальных способов коммуникации взамен тех, что причиняют неудобство, являются уничижительными для собеседников. Языковые единицы, которые ущемляют честь и достоинство человека, его/ее личные права, а также задевают чувства в отношении расовой, половой принадлежности, состояния физического и/или ментального здоровья, внешних особенностей и т.д.

Отличным примером погружения в мир политкорректности в старших классах являются произведения Джеймса Финна Гарнера «Политически корректные сказки на ночь: современные сказки для нашего времени и жизни», в которых он высмеивает тенденцию к политически корректной лексике в детских сказках, он делает упор на шуточные высказывания и юморные отсылки. Для анализа был выбран и проанализирован один из отрывков сказки «Рапунцель» из книги Дж. Гарнера. Одним из основных примеров использования гендерно-нейтральных обращений к человеку, чье финансовое положение плачевно. К нему автор использует эвфемизм – *economically disadvantaged* (обездоленный). О ведьме автор отзывается как о «*kindness – impaired*» (ослабленная доброта), при этом существует примечание: «Это не означает, что все или даже некоторые ведьмы таковы, и не отрицает права этой конкретной ведьмы выражать то, что ей свойственно от природы). То есть Гарнер описывает женщину, которая находится в определенных социальных условиях, которые не были выбраны ею сознательно, но в то же время, накладывают на нее определенные обязательства и нормы поведения в обществе [Гарнер, 1994: 30-32].

Также писатель в каждом произведении, где встречается слово «woman» заменяет его на «womtom», таким образом избегая дискриминации по половому признаку, то есть не используют лексическую единицу *man* - феминистское движение борется за право полностью заменить данный элемент в единицах, имеющих гендерный признак, в связи с чем, оно было заменено на *tom*. Слово в тексте употребляется неоднократно и только в данной форме.

В заключение, необходимо отметить тот факт, что на данный момент политически корректные аутентичные тексты помогают преподавателям и родителям комфортно объяснить информацию о том, какие слова и выражения могут использовать дети и подростки в социуме

1. Бодулева А.Р., Боброва Т.Г. Проявление феномена политической корректности в рекламе // Тенденции развития науки и образования. –2022. – №83 (4). – С.60-63. DOI: 10.18411/trnio-03-2022-147
2. Варуха, И.В., Давлетбаева, А.Ф. Медийная репрезентация аксиологических концептов в пространстве социокультурных текстов // Рецензируемый научный журнал «Тенденции развития науки и образования». Март 2023 г. № 95, Часть 2 Изд. НИЦ «ЛЖурнал», 2023. – С. 67-69. DOI: 10.18411/trnio-03-2023-74.
3. Дагбаева, Н.Ж., Овчинникова, М.Ф. Принципы формирования социолингвистической компетенции на начальном этапе языкового вуза // Вектор науки ТГУ, 2012. №1(8). 103-105 с.
4. Гарнер Дж.Ф. Политически корректные сказки на ночь: современные сказки для нашего времени и жизни // Нью Джерси, 1994. - 94 с.
5. Цурикова, Л. В. Политическая корректность как социокультурный и прагматический феномен: коллектив. моногр. / Л. В. Цурикова; под общ. ред. Л. И. Гришасевой. – Воронеж: [б. и.], 2001. – С. 94-103.

Симбулетова Р.К., Аутлева Ф.А., Шхумишхова А.Р.

Сравнительный анализ на примере числительных фразеологических единиц в русском, английском, немецком и адыгейском языках

Адыгейский государственный университет
(Россия, Майкоп)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-133

Аннотация

В данном исследовании сравниваются морфемное строение числительных в таких языках как: русский, адыгейский, английский и немецкий. Статья исследует сходства и различия в использовании имени числительного в различных языках, а также рассматривает особенности его употребления в фразеологизмах.

Ключевые слова: число, количественные и порядковые числительные, числительные русского, английского, немецкого и адыгейского языков, фразеологизмы.

Abstract

This study compares the morphemic structure of numerals in such languages as Russian, Adyghe, English and German. The article examines the similarities and differences in the use of numerals in different languages, and also examines the peculiarities of its use in idioms.

Keywords: number, cardinal and ordinal numerals, numerals of Russian, English, German and Adyghe languages, idioms.

Числительные – это базовая тема, которую проходят при изучении любого языка. Применять знания правил числительных приходится сразу, ведь это начинается ещё с раннего возраста, дети начинают считать игрушки и другие предметы, а взрослые обмениваются номерами телефонов, планируют свое время и расплачиваются за покупки. Большое значение имеют даты, всевозможные измерения и математические действия. Разумеется, числительные в разных языках – важная часть для нашей повседневной речи.

Число – понятие, которое выражает количества, то есть то, с его помощью происходит счет предметов, явлений, а также является одним из способов проявления категории количества в языке.

Особенности русских числительных. Числительные – это особая часть речи, которая сформировалась в русском языке относительно недавно и до сих пор сохраняет свои особенности, унаследованные из древнерусского периода. До 1755 года числительные рассматривались как часть речи прилагательных и существительных, пока М. В. Ломоносов не выделил их в отдельную категорию. Названия чисел, такие как “один”, “два”, “три”, “четыре”, рассматривались как прилагательные, а остальные числительные – как существительные. Основной грамматический смысл числительных заключается в обозначении количества. Также в русском языке количество может быть выражено существительными, например: “пять” и “пятёрка”, “сто” и “сотня”. Одним из отличительных признаков числительных является отсутствие у них морфологических категорий рода и числа [3].

По морфемному составу числительные делятся на: простые и сложные. Числительные, состоящие из одного корня – простые (два, шесть). Чтобы образовать числительные в русском языке второго десятка, нужно добавить суффикс – надцать (тринадцать, двенадцать). Сложные же числительные – это такие числительные, которые состоят из двух или более корней (шестьсот, пятидесятый).

Относительно особенностей английских числительных, они имеют схожие грамматические функции с русскими числительными: они указывают на количество и порядок при подсчете, отвечая на вопросы “сколько?” и “какой?”. Они также разделяются на количественные и порядковые. Морфологическая структура английских числительных включает простые, составные и производные формы. Простые числительные варьируются от одного до двенадцати. Производные числительные – от тринадцати (thirteen) до девятнадцати

(nineteen), образуются с помощью суффикса -teen, а также числительные, обозначающие десятки, образуются с помощью суффикса -ty (sixty). Составные числительные образуют десятки с единицами и пишутся через дефис (twenty-two). Это сходство в числительных уже указывает на родство языков, в которых эта часть речи существует [5].

Рассмотрим фразеологические единицы в различных языках. Фразеологизмы английского и русского языков имеют сходство в содержании смысла по сравнению с немецким языком. Так, например, в приведённых устойчивых словосочетаниях нет аналогов в немецком языке, которые могли бы подойти по смыслу [4].

Англ.: two is a company, but three is none (three is a crowd/trumpety) – Русс: третий лишний. Англ.: at third hand – Русс: через третьи руки. Англ. On three foundations (three things (that) count) – Русс: на трех китах. Англ.: to be seeing three of... – Русс: троится в глазах. Англ.: till third cockcrow – Русс: до третьих петухов. Англ.: to have a third go – Русс: по третьему кругу. Подобное перечисление можно продолжить, однако, и данные соответствия показывают наличие черт сходства между фразеологизмами русского и английского языков, это сходство можно наблюдать часто.

Анализируя количественные числительные в немецком языке, нужно отметить, что числа от 1 до 19 являются уникальными, из-за чего стоит их учить отдельно.

Суффикс -zehn в немецких числах означает «десять». Числительные, заканчивающиеся на ноль (за исключением 0 и 10) имеют суффикс -zig (или -ßig на 30). При последующем счете суффикс -zehn заменяется на -zig (sechzehn, sechzig и siebzehn, siebzig).

Немецкие числительные от 21 до 99 читаются в обратном направлении, но исключением, конечно, являются десятки: один и двадцать (einundzwanzig), два и двадцать (zweiundzwanzig), три и двадцать (dreiundzwanzig) и так далее. Обязателен к произношению соединительный союз -und-.

Порядковые числительные создаются путем добавления суффикса -t к числам до 20 и -st выше 20: 5. – fünft- (фюнф-), 13. – dreizehnt- (драйцент-), 116. – hundertsechzehnt- (хундертзехцент-), 20. – zwanzigst- (цванцигст-), 67. – siebenundsechzigst- (зибенундзехцигст-), 138. – hundertachtunddreißigst- (хундertaхтундрайзигст-)

Переосмысление имён числительных можно проследить в одинаковых по смыслу фразеологизмах. Например: zwei Seiten der selben medaille и two sides of the same coin – две стороны одной медали. Находит отражение двойственность явлений также в немецком выражении Zwei Seelen in einer Brust-противоречивые чувства. Подобное выражение есть и в английском языке torn between two things — «трудный выбор между двумя (вещами)» [1].

Если мы хотим отметить, что получилось выполнить два действия одновременно, можно воспользоваться такими выражениями: zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen (досл. одним ударом убить двух мух) или to kill two birds with one stone (досл. одним камнем убить двух птиц). Если же сравнивать с русским языком – убить двух зайцев одним выстрелом [6].

В некоторых случаях компоненты числительных отчасти сохраняют свою математическую ценность, как, например, have two left feet (досл. иметь две левые ноги) – wie zwei linke Hände haben (досл. иметь две левые руки) – быть очень неловким, неуклюжим человеком.

Как можно заметить, числительные во фразеологических смысле английского и немецкого языков выражают неоднозначность и двойственность.

Рассматривая числительные в адыгейском языке, можно выявить следующие особенности:

Односложные имена числительные пишутся вместе с именами существительными, кроме числительного зы (что ещё не проявлялось ни в одном из предыдущих языков): Джанэ + плы – джэнипл (четыре платья); Унэ + щы – унищ (три дома), но зы ланэ (один стол), зы унэ (один дом). От 11 и далее все числительные пишутся раздельно со словами: мэфэ пшыкIуtly, унэ тIокIищ.

Порядковые числительные образуются от количественных числительных при помощи приставки я- и суффикса -нэрэ: Количественные порядковые: тIу – два ятIонэрэ – второй, щы –

три ящэнэрэ – третий, плЫ – четыре яплЭнэрэ – четвёртый, тфы – пять ятфэнэрэ – пятый и т.д. Порядковое числительное апэрэ образуется не от числительного зы, а от наречия места апэ: апэрэ «первый». Также, как и в русском, английском и немецком (один-первый, one-first, eins-erste) [2].

Количественные числительные от 11 до 19, образуются от числительного пшы при помощи аффикса кІу и единиц от 1 до 10: пшы-кІу-зы – одиннадцать, пшы-кІу-тІу – двенадцать, пшы-кІу-щы – тринадцать, пшы-кІу-плЫ – четырнадцать, пшы-кІу-тфы – пятнадцать, пшы-кІу-хы – шестнадцать, пшы-кІу-блы – семнадцать, пшы-кІу-и – восемнадцать, пшы-кІу-бгъу – девятнадцать.

Составные количественные числительные от 20 и более образуются от числительных, обозначающих десятки, и которые присоединяются к ним при помощи союзной частицы «рэ» единиц: тІокІырэ зырэ – двадцать один, тІокІырэ тІурэ – двадцать два, тІокІырэ шырэ – двадцать три и т.д., щэкІы – тридцать, щэкІырэ зырэ – тридцать один.

В адыгейском языке в настоящее время действует смешанная система счета: 40 – тІокІитІу “два по двадцать”, 60 – тІокІищ “три по двадцать”. 80 – тІокІиплІ “четыре по двадцать”; 70 – тІокІищырэ пшырэ “шестьдесят и десять”, 90 – тІо-кІиплІырэ пшырэ “восемьдесят и десять”.

Разделительные числительные от 1 до 10 образуются повторением основы, причем между повторяющимися основами вставляется аффикс -ры -: шырыщ (по три).

Сравним фразеологические единицы адыгейского и русского языков. УтІумэ уз, узымэ ущымыІэ папкІ.-Если вас двое, считайте вы один, а если вы один, считайте, что вас нет. Рус.: один в поле не воин. ЗыІэ нахы ІитІу. – Две руки хорошо, а четыре лучше. Рус.:одна голова-хорошо, а две-лучше.

Таким образом, числительные предложенных языков частично близки. Сравнение их при изучении языков может быть увлекательным и полезным процессом.

1. Берестовая, Н. С. Числительные в русском и немецком языках / Н. С. Берестовая. – М.: Просвещение, 2005.
2. Карапетян, Г. А. Числительные в русском и адыгейском языках / Г. А. Карапетян. – М.: Наука, 1986.
3. Щербаков, П. Д. Современные аспекты числительных в русском языке: учебное пособие / П. Д. Щербаков. – М.: Изд-во ВШЛ, 2000.
4. <http://new.gramota.ru>
5. <https://langformula.ru>
6. <https://berlinerdeutsch-ru>

Сулейманова Т.З.

Жизнь и творчество Марины Ивановны Цветаевой в 1892-1918 гг.

ФГБОУ ВО «ЧГУ им. А.А. Кадырова»

(Россия, Грозный)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-134

Аннотация

В данной статье рассматривается период жизни с 1892 по 1918 гг. великой русской поэтессы М.И. Цветаевой

Ключевые слова: Марина Цветаева, Иван Цветаев, Сергей Эфрон

Abstract

This article uses the period of life from 1892 to 1918. the great Russian poetess M.I. Tsvetaeva

Keywords: Marina Tsvetaeva, Ivan Tsvetaev, Sergei Efron

Марина Цветаева родилась в интеллигентной семье профессора московского университета, искусствоведа и филолога Цветаева Ивана Владимировича. Иван Владимирович

очень рано овдовел и остался на руках с двумя детьми. Он женился во второй раз на подруге умершей жены Марии Мейн – талантливой пианистке в надежде, что его избранница станет хорошей матерью детям-сиротам. Мейн вышла за Цветаева не по любви. Она любила другого человека, но перечить родителям не смела и постаралась быстрее покинуть отчий дом. 26 сентября 1892 г., у них в Москве родилась девочка, которой дали имя Марина, что означает «морская». В семье царили очень жесткие правила. Марина очень сильно переживала холодность матери и отстраненность отца и чувствовала себя совершенно одиноким ребенком. Через два года в семье Цветаевых родилась еще одна девочка. Мать растила детей буквально в ежовых рукавицах, уделяя много внимания их интеллектуальному и творческому развитию, но игнорируя элементарные правила поведения. В доме постоянно дрались, стоял крик, в виду того, что отец довольно много времени проводил в разъездах, мать рьяно отстаивала свое главенство. Особенно доставалось нелюбимице Марине. Цветаева страдала от неудовлетворенных ожиданий матери, которая намеревалась развить в ней гениальную пианистку. Несмотря на учебу игры на фортепиано, Цветаеву больше привлекала поэзия, и уже в возрасте шести лет она начала сочинять свои первые стихи на русском, французском и немецком языках.

Размеренная жизнь Цветаевых была прервана неожиданной болезнью матери. Мария Александровна заболела туберкулезом и ей потребовался теплый климат. Осенью 1902 г. Цветаевы уезжают за границу. Не смотря на все старания и усилия врачей, мать Марины Цветаевой умерла. Это случилось в 1906 г. Иван Владимирович остается с четырьмя детьми и, будучи занятым своей работой, практически не обращает на них внимания. Именно из-за этого девочки становятся очень самостоятельными.

Весь список необычных фактов о Цветаевой можно было бы составить в период ее так называемого «бунтарского» взросления. Характер Марины закалился. Довольно быстро стало понятно, что ей неважен и неинтересен никто, кроме нее самой. Она была чудовищно упряма, ленива и необязательна, но при этом необычайно умна и крайне эгоистична.

В четырнадцать лет Цветаева ведет себя немного странно: она ночует на кладбище, ворует этюды у знакомого художника и несколько раз подряд бреет наголо голову в надежде обрести кучерявые волосы. В пятнадцать лет за дерзость и вольнодумие ее отчисляют из гимназии. В шестнадцать – она уже курит и пьет рябиновую настойку, которую сначала находит в буфете, а потом распробовав, постоянно посылает за ней дворника. С настойкой в руке, от всех отгородившись, на чердаке она создает стихи, составившие ее знаменитый «Вечерний альбом» – свой пригласительный билет в большую литературу.

В 1910 году Цветаева находит свой индивидуальный стиль. Тогда же она стрижется «в скобку», что было необычным для того времени в России и Европе. Короткая женская стрижка была знаком стремления к эмансипации. Самая известная особенность внешности Цветаевой – ее челка, которая стала ее индивидуальным знаком, сравнимым с профилем Ахматовой. Одежда Марины была удобной и простой, она предпочитала неизысканные модели. Ее гардероб состоял из широких юбок, свободных блузок и рубашек, которые она приподнимала тесно завязанным поясом.

Как-то Марина сказала своему другу, поэту Максимилиану Волошину, что она выйдет замуж только за того, кто подарит ей ее любимый камень. Так и случилось. Молодой москвич Сергей Эфрон, который был на год младше Марины, и выходец из еврейской семьи, подарил ей сердоликовую бусину. Марина всю жизнь носила этот подарок с собой. Через полгода они поженились в декабре 1912 года, а в сентябре на свет появилась их дочь Ариадна, названная в честь любимого персонажа из мифологии, которого обожала сама Цветаева.

Несмотря на то, что в семье появился ребенок, это абсолютно не мешало Цветаевой заводить новые романы. В 1914 г. Цветаева познакомилась с поэтессой Софьей Парнок. Позже Марина это знакомство назовет «первой катастрофой в своей жизни». Их связь продолжалась два года. Именно Софье Парнок она посвятила свои самые сильные образцы любовной лирики. Все этапы отношений с Парнок, Цветаева отразила в цикле «Подруга».

Через несколько лет после расставания с Парнок, Цветаева не на шутку увлеклась 23-летней актрисой Софьей Голлидэй. Цветаева влюбилась в нее с первого взгляда. История их отношений рассказана в повести о Сонечке, но и эта связь оказалась недолгой. Однажды Голлидэй уехала на гастроли, встретила директора провинциального театра и вышла за него замуж.

Марина, конечно, была охотницей до чужих душ. Ее кто-то осуждал, кто-то называл Дон Жуаном в юбке, а другие напротив говорили: «То, что позволено гениям, не позволено обычным людям».

1. Цветаева Марина Ивановна // Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / под ред. А. М. Прохоров — 3-е изд. — М.: Советская энциклопедия, 1969.
2. Скатов Н. Н. Цветаева Марина Ивановна // Русская литература XX века. Прозаики, поэты, драматурги. (П-Я). — ИРЛИ РАН, Олма-Пресс, 2005.
3. Саакянц А. А. Глава 1. 1. Юность поэта (начало)(1910—1915) // Марина Цветаева: Жизнь и творчество. — М.: Эллис Лак, 1997.

Тлисова С.М., Агирбов Т.Р.

Фразеологические единицы на уроках английского языка

*ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская государственная академия»
(Россия, Черкесск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-135

Аннотация

Статья посвящена использованию фразеологизмов и идиом на занятиях английского языка. Изучение фразеологизмов необходимо не только для понимания культуры носителей языка, но и для развития и обогащения речи обучающихся. В нем предлагается комплекс возможных заданий для практики, способствующий формированию и развитию лексических навыков

Ключевые слова: фразеологизм, национальная культура, выразительный, идиома

Abstract

The article deals with phraseological practice at the English language lessons. The study of phraseological units is essential not only to understand the culture of native speakers but also to develop and enrich the students' speech. It offers a set of exercises for phraseological practice, which is useful for formation and development of lexical skills

Keywords: phraseologism, national culture, skills, to develop, expressive idiom

Фразеология есть совокупность устойчивых сочетаний слов и выражений, значение которых не определяется значением входящих в них по отдельности слов и свойственная только данному языку; состоит из: устойчивых словосочетаний, поговорок и пословиц, идиом/фразеологизмов, сленга. Фразеологизмы того или иного языка, разбираться в них, видеть за идиомами и устойчивыми выражениями пласт лингвокультуры – значит, владеть полным ощущением живой ткани иноязычной культуры. Фразеологизмы в языке являются богатством, сокровищницей. Они не только отражают культуру и быт того или иного народа-носителя языка, но и помогают сделать речь наиболее выразительной и эмоциональной [10].

С помощью фразеологических выражений, которые не переводятся дословно, а воспринимаются переосмыслено, усиливается эстетический аспект языка. С помощью идиом (как с помощью различных оттенков цветов), информационный аспект языка дополняется чувственно-интуитивным описанием нашего мира, жизни [6]. Фразеологизмы широко используются в литературе всех стилей. Без знания фразеологии невозможно оценить яркость и выразительность речи, понять шутку, игру слов, а иногда просто и смысл всего высказывания. Изучая английский язык, человек знакомится с национальной культурой и историей народа

Великобритании. Фразеология, как неотъемлемая часть и сокровищница любого языка мира, может особенно сильно способствовать этому приобщению. Идиомы и фразеологизмы отражают многовековую историю английского народа, своеобразие его культуры, традиций и быта. Многие фразеологизмы связаны с поверьями и преданиями. Определение фразеологизм, или фразеологическая единица, также идиома — устойчивое сочетание, выполняющее функцию отдельного слова, употребляющееся как некоторое целое, не подлежащее дальнейшему разложению и обычно не допускающее внутри себя перестановки своих частей. Фразеологизмы похожи на пословицы, но, в отличие от них, не являются законченными предложениями. С помощью фразеологических выражений, которые не переводятся дословно, а воспринимаются переосмысленно, усиливается эстетический аспект языка.

В ходе изучения иностранного языка важно не только знать и понимать фразеологические единицы, но также уметь их применять в речи. Они являются ключом к пониманию картины мира, менталитета носителей языка. Одним из эффективных способов обеспечения и поддержания заинтересованности обучающихся в изучении языка, их активности считается использование фразеологизмов и идиом на занятиях английского языка. Фразеологизмы в свою очередь помогают обучающимся развить языковую догадку .»Point of view» – «точка зрения», «Apple of discord» – «Яблоко раздора»; «Come to one's senses» – «Браться за ум», «To see through somebody» – «Видеть насквозь», «Fly high» – «быть очень честолюбивым», «Get down to earth» – «спуститься с облаков на землю»;

«One's heart is bleeding» – «сердце кровью обливается».

С целью изучения национально-культурных особенностей изучаемого языка и овладения навыками использования знаний при общении, возможны ряд упражнений:

Match the English idioms with the Russian equivalents

Add oil to the fire

Не попробуешь – не узнаешь

Old chestnut

Свет очей моих

Take the biscuit

Подливать масла в огонь

Apple of my eye

Вот беда

Hard cheese

Старая песня

The proof of the pudding is in the eating

Не лезет ни в какие ворота

Find idioms in the dialogue and explain them. Make up your own dialogue using the idioms .

- Good morning, the apple of my eye!
- Good morning! How are you? You look awful!
- Actually, I'm in hot water now because of quarantine. After a week off I must work hard.
- Tough cheese! I think you should talk about it with your boss.

Perhaps, he'll help you with your duties or find someone who will be able to help you.

Explain in English. What do these idioms mean? Use the dictionary if needed

1. 1 It's my cup of tea.
2. 2 It's too much on my plate
3. 3 Be in the same boat.
4. As welcome as flowers in May
5. Bomb a test

Which of the following expressions have a positive meaning? Which ones have a negative one?

1. Cry your eyes (heart) out
2. Be in hot water
3. Thumbs up
4. Know something like the back of your hand
5. Have a green thumb
6. Bad egg

Explain in English. What do these idioms mean? Use the dictionary if needed.

- a) Give it a shirt - give something a try
- b) Get to grips with- make an effort to understand or to deal with a problem or situation
- c) To be on the safe side –to protect oneself even though it might not be necessary
- d) Get to the bottom of –try to discover the truth about something

Read the information and then write a sentence with each idiom.

1. To hand – под рукой , налицо

A search of the attic brought some valuable antiques to hand.

Когда осматривали чердак, нашли дорогие антикварные вещи,

Your letter is to hand . Ваше письмо получено.

2. Have an oar in every man s boat. Вмешиваться в чужие дела .

Edward must be kept out of this affair. He tries to have an oar in every man s boat.

Эдварда близко не допускайте . Он любит совать нос в чужие дела.

Фразеологические единицы широко используются в литературе всех стилей. Без знания фразеологии невозможно оценить яркость и выразительность речи, понять шутку, игру слов, а иногда просто и смысл всего высказывания.

Take (smb.or smth.)off smb. S hands . Избавить кого-либо от кого –либо или чего-либо .

Mrs .Higgins. How does your housekeeper get on with her ?

Higgins.Oh she is golly glad to get so much taken off her hands :before Eliza came she used to have to find my things and remind me of my appointments

[B.Show, Pygmalion, act 3]

Do oneself justice . Показать себя с лучшей стороны .

Since Watson died I have not had anybody much to talk but to nuns , and I can never do myself justice in French.[W.S .Maugham, The painted Vell.ch.31]

После смерти Уотсона мне и поговорить не с кем , кроме как с монахинями. Не перед кем больше блеснуть моим французским.

Take it (this или things) lying down безропотно сносить что-л., сдать свои позиции без боя.

I know my father thinks so ; but I should never have done it myself. I can not take things lying down. [j .Galsworthy, ‘ To Let , part 2,ch.7]

Я знаю, что также думает и мой отец; но я никогда не поступила бы так сама. Я без борьбы не сдамся.

Знание идиом и фразеологизмов несомненно облегчает общение на международном уровне, помогает понять национально-культурные особенности народа.

1. Шапов А.Н. Теоретические основы методики обучения иностранным языкам: нормативный курс // Практикум для учителей и студентов. Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2016. 301 с.
2. Пассов Е.И. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению. М.: Русский язык, 1989. 276 с.
3. Kunin A.V. English- Russian Phraseological Dictionary. Moscow, Russky Yazyk Publ., 1984, 944 p.
4. Zhukov V.P. Russian Phraseology. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1986, 313 p. (In Russian).
5. Shanskiy N.M. Phraseology of the Modern Russian Language. Moscow, Prosveshchenie Publ., 2015, 271 p. (In Russian).
6. Nikanorova E.I., Zharkov E.V. The role of phraseological units as a means of linguistic expressiveness in Somerset Maugham's novel «Tasted Nirvana». In: Arkhipova O.V., Klimin A.I. (eds.). Proceedings of All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation «Current Issues of Humanities and Social Sciences». St. Petersburg, 2019, pp. 103-109 (In Russian).
7. Pronina N.S., Molchanova Y.A. Using lexical games in English lessons in primary school. Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya = Problems of Modern Pedagogical Education, 2020, no. 64-4, pp. 239-242. (In Russian).
8. Ogneva N.E., Pronina N.S. Use of the prop method for the development of lexical skills at the senior stage of training. In: Proceedings of International Scientific and Practical Conference «Scientific Discussion: Issues of Philology and Methods of Teaching Foreign Languages». Nizhny Novgorod, issue 2, 2018, pp. 98101 (In Russian).

9. Shamov A.N. Theoretical foundations of methods of teaching foreign languages: a normative course. In: Practicum for Teachers and Students. Nizhny Novgorod, 2016, 301 p. (In Russian).
10. Passov E.I. Fundamentals of Communicative Methods of Teaching Foreign Language Communication. Moscow, Russkiy yazyk Publ., 1989, 276 p. (In Russian).

Хаметзянова Р.И.

Функционирование категории вежливости в интернет-коммуникации

*Уфимский университет науки и технологий
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-136

Аннотация

Статья рассматривает важность изучения вежливости в рамках лингвистического исследования, ее связь с языковой теорией и практикой, а также подходы к изучению данного явления, включая влияние универсальной теории вежливости П.Браун и С.Левинсона. Исследование охватывает возможности влияния интернета на коммуникацию и язык, этикет в интернет – общении. Автор обсуждает роль дискурса в формировании текста, коммуникативно-прагматические аспекты дискурса и его влияние на текстовое производство.

Ключевые слова: вежливость, универсальная теория вежливости, стиль общения, межкультурное общение, дискурс, этикет, текст, социальные сети, онлайн-общение, виртуальные сообщества, коммуникация.

Abstract

The article examines the importance of studying politeness within the framework of linguistic research, its connection with language theory and practice, as well as approaches to studying this phenomenon, including the influence of the universal theory of politeness by P. Brown and S. Levinson. The study covers the possibilities of the influence of the Internet on communication and language, etiquette in Internet communication. The author discusses the role of discourse in the formation of text, the communicative and pragmatic aspects of discourse and its impact on text production.

Keywords: politeness, universal theory of politeness, communication style, intercultural communication, discourse, etiquette, text, social networks, online communication, virtual communities, communication.

Вежливость является важным объектом лингвистического исследования, привлекая внимание ученых различных направлений, включая Стернина И.А., Попову З.Д., Формановскую Н.И., Ларину Т.В. и других. Авторы подчеркивают многообразие подходов к изучению вежливости в контексте языковой теории и практики, подчеркивая связь данного явления с нормами поведения, культурными факторами и ситуативным контекстом.

Также отмечается влияние универсальной теории вежливости, предложенной П. Браун и С. Левинсоном, на социолингвистические исследования. Универсальная теория вежливости П. Браун и С. Левинсона оказала наибольшее влияние на последующие исследования в области социолингвистики. Благодаря этой теории, ученые стали рассматривать вежливость как важный аспект социально-коммуникативного взаимодействия между людьми. Универсальная теория вежливости «возвышается над большей частью других теорий, являясь путеводной звездой для ученых, отыскивающих феномен вежливости в примерах взаимодействия коммуникантов. Она отличается широтой проникновения в сущность человеческого поведения, не характерной ни для какой другой теории вежливости» [1, с.10].

Как мы знаем, понимание вежливости отличается в разных культурах, и «кроскультурные вариации в системах вежливости могут свидетельствовать о глубоко заложенных различиях культур» [3, с.131]. В межкультурном общении подчеркивается не

только знание правил речевого этикета, но и прагматическое их применение с учетом контекста и особенностей общения.

Автор отмечает, что вежливость представляет собой сложное и взаимосвязанное с социокультурной организацией общества и межличностными отношениями явление. Он подчеркивает, что несмотря на сложность, вежливость остается неотъемлемой частью нашей жизни, влияя на коммуникативное взаимодействие и отражая особенности различных языков и культур. Исследования ученых, таких как Е.И. Беляевой, В.Е. Гольдина, Н.И. Формановской, Т.В. Лариной, Ричарда Уоттса, Хелен Спенсер, продолжают актуализировать важные аспекты, связанные с этой категорией научного анализа.

Вежливость как моральную категорию определяет В.А. Кондрашов, считая ее «моральным качеством личности человека, характеризующим его поступки, поведение и отношение к другим людям с точки зрения гуманистических ценностей, признание человека высшей ценностью для других людей» [5, с.130].

Прежде всего, коммуникация – это процесс передачи информации, который является важным элементом управления и осуществляется, в основном, при помощи языка. Этот процесс включает инициатора (коммуниканта), сообщение и получателя (реципиента) и имеет большое значение в разных областях науки, предполагая взаимодействие между людьми. По мнению А. В. Соколова, у коммуникации есть три основных признака: участниками коммуникации являются два или более человека, целью коммуникации является передача информации, и коммуникация имеет место только тогда, когда информация передается от одного участника к другому.

В конце 20 века Интернет оказал влияние на многие аспекты человеческой жизни, став источником новых моделей социального взаимодействия и платформой для онлайн-общения. Количество пользователей сети «увеличивается в геометрической прогрессии, так как используемые форматы приспособляются к потребностям каждого отдельно взятого пользователя» [2, с.39]. Процесс коммуникации очень динамичен в современном мире и требует пристального внимания лингвистов. Современная лингвистика изучает особенности коммуникации в онлайн-пространстве, обнаруживая и изучая новые лингвистические явления, вроде стиля общения в Интернете. Т.С. Иванова отмечает, что «Виртуальное-сообщество – рождение новой формы сообщества, объединяющего людей в онлайн-режиме онлайн вокруг общих ценностей и интересов, и образующего связи поддержки и дружбы, которые могут распространяться также и на межличностное взаимодействие» [4, с.135]. Он влияет на речевое поведение человека в социуме.

По словам О.М. Шахмартовой, язык Интернета совмещает в себе признаки письменной и устной речи, а также обладает собственными свойствами, например, общение в Интернете носит неформальный характер. Тест при общении в Интернете может содержать визуальные элементы, такие как фотографии, карты, диаграммы, анимации, которые помогают лучше понять текст [6, с.1002].

Стиль общения в интернете отличается от общения лицом к лицу, обладая уникальными особенностями, такими как опечатки, смесь латиницы и кириллицы, аббревиатуры, транслитерация, сленг и сокращения. Вежливость в социальных сетях может проявляться как вербально, так и невербально.

Также автор рассмотрел взаимосвязь текста и дискурса в процессе формирования текста. Дискурс играет главенствующую роль, определяя текст как систему, где реализуются коммуникативно-прагматические настроения. Учет параметров, различающих текст и дискурс, помогает определить их границы, способствуя развитию теории дискурса. Процесс формирования текста анализируется с использованием диалогических взаимоотношений, которые являются ключевым критерием конструирования текста. Система коммуникативно-прагматических настроений позволяет определить этапы формирования текста, необходимые в институциональных дискурсах.

Проведенное исследование показывает, что изучение вежливости в интернет-коммуникации является актуальным и важным аспектом в современном обществе, где

технологии играют ключевую роль в общении между людьми. Вежливость в интернет-коммуникации проявляется через использование специализированных функций речевого этикета, таких как контактоустанавливающая, социально-регулирующая, эмоционально-модальная и другие. Эти функции играют ключевую роль в установлении и поддержании контакта между собеседниками в избранной тональности, что является основой для успешного общения в интернете. В целом, автор несомненно вносит вклад в понимание важности вежливости в современном общении и подчеркивает необходимость дальнейшего изучения этого аспекта в контексте развития интернет-технологий и изменения общественных взаимоотношений.

1. Brown, R., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge [Text] / R. Brown. - 1978. - P. 10-39
2. Варуха И.В., Давлетбаева А.Ф. Новые медиа как уникальное явление современной коммуникации // Рецензируемый научный журнал «Тенденции развития науки и образования». Апрель 2023 г. №96, Часть 3 Изд. НИЦ «ЛЖурнал», 2023. – С. 39-41. DOI: 10.18411/trnio-04-2023-125
3. Гудков, Д. Теория и практика межкультурной коммуникации / Гудков Д. М. - М.: Наука, 2003. - 130 с.
4. Иванова Т.С. Речевое поведение интернет-общения// Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2. Филология и искусствоведение. 2011. № 3. – С. 132-136
5. Кондрашов В.А. / Этика / В.А. Кондрашов. – Ростов н/Д.: Изд-во «Феникс», 1999. – 130 с.
6. Шахмартова О. М., Болтага Е. Ю. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. 2011. № 24. – С. 1002-1008

Хасанова А.Ф.

Проблема перевода англоязычных и русскоязычных интернет-мемов

*Уфимский университет науки и технологий
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-137

Аннотация

Статья посвящена изучению проблем перевода англоязычных и русскоязычных интернет-мемов. В данной статье рассматриваются основные проблемы, с которыми сталкиваются переводчики при передаче англоязычных интернет-мемов на русский язык и понятие мема как культурно-медийного феномена.

Ключевые слова: интернет-мем, английский язык, неформальный язык, русский язык.

Abstract

The article is devoted to the study of the problems of translation of the English and Russian-language Internet memes. In this article examines the main problems faced by translators when translating the English-language Internet memes into Russian are shown and the concept of a meme as a cultural and media phenomenon.

Keywords: internet meme, the English language, informal language, the Russian language.

Пользователи социальных сетей, а также интернет-порталов, форумов, веб-страниц, блогов и т.д. разработали свою собственную уникальную коммуникационную систему, которая может показаться непонятной людям старше определенного возраста, практически не имеющим доступа в Интернет. Данная система позволяет им свободно делиться своими идеями, размышлениями, шутками, забавными анекдотами, а также своей критикой в адрес своего общества и политических лидеров гораздо более творческим способом, чем традиционный. В данной статье понятие мема рассматривается как культурно-медийный феномен, также представлены основные способы перевода интернет-мемов с английского на русский язык.

Интернет-мемы можно рассматривать и как феномены, хорошо известные многим представителям национально-лингвокультурного сообщества, так называемые прецедентные феномены. Термин «мем» употребил Ричард Докинз. Его определение дало начало подходу к изучению мемов как репликаторов культурной информации. Этот подход можно назвать редуccionистским, так как он сводит объяснение сложного феномена к простейшим единицам, взаимодействующим между собой. Он используется в том числе известными учеными-когнитивистами, например Дугласом Хофштадтером и Дэниэлом Деннетом [8]. В своей книге Р. Броуди приводит следующие примеры редуccionистских определений мема:

«Мем — это основная единица передачи культурной информации, т. е. имитации» (определение Р. Докинза).

«Мем — это такого рода комплексная идея, которая формирует себя в виде чего-то определенного и запоминаемого. Мем распространяется посредством орудий — физических проявлений мема» (определение когнитивиста Д. Деннета) [2].

Общей характеристикой мема во всех этих определениях является информативность, т. е. то, что мем содержит информацию в той или иной форме. Кроме того, приведенные определения указывают на способность мема к распространению путем копирования. Мем в широком понимании определяется как «все, что может быть скопировано одним человеком у другого» [5]. Стремительное распространение мемов с момента их появления в интернет-пространстве обосновывает актуальность изучения интернет-мемов в разных аспектах. К этим аспектам, в частности, следует отнести способы перевода мемов с одного языка на другой. Создавая классификации Интернет-мемов, ученые берут за основу такие параметры как форма, структура и функции Интернет-мемов.

Предложенная классификация Ю. В. Щуриной позволяет выделить разновидности интернет-мемов по способу выражения: текстовый мем; мем-картинка; видеомем; креолизованный мем, состоящий из текстовой и визуальной части; гифы [7].

Рассмотрим основные проблемы перевода англоязычных и русскоязычных интернет-мемов. Одной из самых важных проблем при передаче культурно-национальных и исторических особенностей оригинального текста является перевод реалий. Язык считается отражением культуры и личностей его носителей, поэтому исследование реалий и проблем, связанных с их переводом представляет огромный интерес для лингвистов, особенно если это связано с переводом юмора, так как неудачный перевод может привести к коммуникативной неудаче и потере комического эффекта в языке перевода.

В.С. Виноградов определяет реалии как «слова обозначающие особые предметы или явления исторической, или современной культуры, государственного устройства страны, географические особенности, предметы быта прошлого и настоящего, этнографические и фольклорные понятия.» [3].

Самая известная классификация по предметному делению была предложена С. Влаховым и С. Флориным: географические реалии; этнографические реалии; общественно-политические реалии [4].

Рассмотрим один из примеров географических реалий:

- I'm only 19 and I pay my own car insurance, bills and I have my own place. Ya'll 20+ still living off your parents lol.
- You live in Indiana. Your total costs per month is probably 2 dollars and a sack of corn.
- Мне всего 19, и я сама плачу за бензин, снимаю квартиру и зарабатываю себе на жизнь. А вам уже за 20, и вы живете за счет родителей хаха.
- Ты живешь в Чебоксарах. Все твои расходы в месяц — это 200 рублей и ящик “Букета Чувашии”.

В данном примере с целью сохранения юмористического эффекта название нецентрального американского штата было заменено названием населенного пункта в РФ также далекого от центра, чтобы подчеркнуть низкие цены в нестоличных городах. В то же время реалия a sack of corn является отсылкой к тому, что штат Индиана известен

производством кукурузы. Переводчик снова прибегнул к конкретизации при адаптации, указав название производителя местного алкогольного напитка.

Далее рассмотрим пример этнографических реалий:

- R you making the right choice? iPhone X - \$999.99! 4167 pieces of **garlic bread** - \$999.
- Ты уверен, что сделал верный выбор? iPhone X - 91 990 Р! 10 000 пачек сухариков “3 **корочки**” - 90 000 Р.

В данном примере реалией является garlic bread - популярные в США чесночные сухарики. Перевод обусловлен задачей переводчика рекламировать российские сухарики “Три корочки”. С этой целью переводчик применил прием спецификации. В переводе реалия приобретает рекламную функцию. Таким образом, можно сделать вывод о том, что функция интернет-мемов и площадка их публикации часто зависит от задач переводчика.

Также, рассмотрим пример общественно-политических реалий:

Friends: “Wanna go get something to eat?” “Why don’t you go out anymore?” “Why are you always eating ramen?”

Me: \$0.04

Друзья: Пойдем перекусим куда-то? Почему ты все время сидишь дома? Почему ты ешь один Роллтон?

Я: 4.00 Р

В данном случае названия иностранных денежных единиц переводятся в рубли.

Также немаловажную роль при переводе интернет-мемов играет так называемая «игра слов». Е.Ф. Болдарева писала, что данный термин понимается как «игра с одинаково или похоже звучащими языковыми единицами», которая может быть основана на многозначности слов и «создании всевозможных гибридных форм»[1]. Иную трактовку представил лингвист С.А. Колесниченко: «Под игрой слов имеется в виду обыгрывание не только значений полисемантического слова и различных по семантике слов или их сочетаний, близких в звуковом отношении, но и графических и звуковых комплексов, не имеющих значений...» [6].

Рассмотрим данный пример:

- lol I h8 the gym.
- you accidentally put an H in there.
- лол люблю приседать.
- ты, наверное, хотела сказать “люблю пожрать”.

В оригинале игра цифрами помогает обыграть два омонима hate (ненавижу) и ate (съела). В данном примере переводчику хоть и не удалось сохранить игру слов, но за счет удачного антонимического перевода юмористическая функция сохранилась преобладающей.

Таким образом, можно сделать заключение, что среди проблем, с которыми сталкивается переводчик при переводе англоязычных и русскоязычных интернет-мемов, были выделены: перевод англоязычных реалий и передача игры слов.

1. Болдарева Е.Ф. Языковая игра как форма выражения эмоций: диссертация, канд. филол. наук. Волгоград: 2002 — 160 с.
2. Броди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание. — М.: Поколение, 2007. — 304 с.
3. Виноградов В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). — М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001, — 224 с.
4. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе М.: Международные отношения, 1980. — 343 с.
5. Квят А. Г. Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный подход // Медиаскоп. 2013. № 1.
6. Колесниченко С.А. Условия реализации стилистического приема игры слов в английском языке: Автореф. дис. канд. филол. наук. JL, 1979. — 22с.
7. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Научный диалог. 2012. №3. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (Дата обращения: 15.03.2024).
8. Hofstadter D. R. Metamagical Themas: Questing for the Essence of Mind and Pattern. Basic Books, 1985. — 852 S.

Хуснутдинова Ю.Р.

Языковые особенности англоязычной рекламы на «YouTube»: анализ лексики и грамматики

*Уфимский университет науки и технологий
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-138

Аннотация

Данная статья посвящена анализу языковых особенностей англоязычной рекламы на «YouTube» с фокусом на лексике и грамматике. В данной работе рассмотрены особенности рекламного языка, роль YouTube в современной рекламе и влияние лексики и грамматики. Также проведен анализ конкретных рекламных кампаний.

Ключевые слова: реклама, YouTube, анализ, рекламный текст, лингвостилистические особенности, лексика, грамматика.

Abstract

This article analyses the linguistic features of English-language advertising on YouTube with a focus on vocabulary and grammar. This work considers the peculiarities of advertising language, the role of YouTube in modern advertising and the influence of lexis and grammar. Specific advertising campaigns are also analysed.

Keywords: advertising, YouTube, analysis, advertising text, linguistic and stylistic features, vocabulary, grammar.

Одним из наиболее популярных и влиятельных медиа-каналов становится YouTube, где компании стремятся привлечь внимание аудитории через креативные и эффективные рекламные кампании. Так YouTube стал неотъемлемой частью современной рекламы, предоставляя компаниям и маркетологам уникальную возможность достигать до широкой аудитории. YouTube предоставляет уникальные возможности для создания и распространения рекламных материалов. Важно понимать, как пользователи взаимодействуют с контентом, какова их реакция на рекламу и какие факторы влияют на эффективность рекламных кампаний на этой платформе.

Помимо использования сервиса YouTube как рекламной площадки с устоявшейся аудиторией и обращения к ней через лидеров мнений (авторов каналов) необходимо так же учитывать, что имеется возможность создать собственный канал для компании и продвигать компанию/ее услуги через создание видеоматериалов с попутным информированием аудитории о деятельности компании. По мнению Овчинниковой Е.С. «создание собственного канала бренда на видеохостинге YouTube – это бесплатный способ продвижения, где решающую роль играет оптимизация и контент канала» [4]. Выбор слов и грамматические конструкции в рекламных материалах играют ключевую роль в их восприятии аудиторией. Лексические единицы, выбранные для рекламного сообщения, должны быть привлекательными, запоминающимися и соответствовать целям рекламной кампании. Грамматические конструкции, в свою очередь, могут подчеркивать уникальность продукта или услуги, делая рекламу более убедительной. Взаимодействие между лексикой и грамматикой создает единый языковой облик рекламного сообщения [3].

Официальные страницы различных продуктов и компаний содержат фото логотипа продукта или компании, название товара или компании, текущий слоган [1]. Эффективная реклама стремится привлечь внимание аудитории с первых секунд. Для этого используются такие лингвистические приемы, как риторические вопросы, вызывающие любопытство, яркие заголовки, игра слов, и иногда даже использование сленга. Кроме того, синтаксические конструкции могут быть организованы таким образом, чтобы создать некоторую интригу и поддерживать интерес зрителя на протяжении всего ролика. «Во-первых, необходимо учитывать, что лексика - это совокупность слов, которые используются в языке для выражения

мыслей и передачи информации. Лексика англоязычной рекламы должна быть актуальной и современной, чтобы привлечь внимание аудитории. Использование модных и популярных слов и выражений позволяет сделать рекламу более привлекательной и запоминающейся. Например, в рекламе смартфонов часто используются такие слова, как «high-tech», «cutting-edge», «4K» и «5G» [3].

Грамматика - это правила и нормы, которые определяют структуру предложения и взаимосвязь слов в тексте. Грамотное использование грамматических конструкций и оборотов способствует лучшему восприятию информации и облегчает понимание смысла рекламы. Например, использование активного залога вместо пассивного делает предложение более энергичным и динамичным: «We offer the best prices» вместо «Our prices are the best» [5].

Кроме того, для создания эффективной англоязычной рекламы важно учитывать и стилистику текста. Рекламные тексты должны быть яркими, эмоциональными и выразительными, но при этом простыми и понятными. Для этого можно использовать различные стилистические приемы, такие как метафоры, эпитеты, сравнения и т.д. Например, в рекламной кампании Apple для iPhone X использовался образ «золотой рыбки» для обозначения изящного дизайна смартфона.

Использование разговорных выражений: «Grab this amazing deal!», «Don't miss this!», «You can't afford to miss this!» и т.д. Эти фразы придают рекламе более живой и интересный вид и привлекают внимание зрителей.

Применение ключевых слов: Важно включить в рекламу ключевые слова, которые связаны с рекламируемым продуктом или услугой. Например, если вы рекламируете новый гаджет, используйте слова «innovative», «cutting-edge», «technology» и т.д. [5].

Использование метафор и сравнений: Метафоры и сравнения делают рекламу более яркой и запоминающейся. Например: «Our product is like a superhero, saving you from all your problems!».

Использование правильной грамматической структуры предложения: «If you want to save money, buy our product now!», а не «You want to save money buy our product now!» [2].

Рекламные кампании, такие как «Nike: Just Do It» демонстрируют синергию между точно подобранной лексикой («просто сделай это») и грамматической простотой, что обеспечивает запоминаемость и эмоциональное воздействие.

Примеры демонстрируют, как лексика и грамматика взаимодействуют для формирования эффективности рекламы на YouTube. «Успешные кампании совмещают точный выбор слов с грамматической грамотностью, создавая контент, который привлекает внимание и оставляет неизгладимый след в сознании зрителей» [7].

Прежде всего, многие рекламные ролики предпочитают использовать слова, обладающие эмоциональной окраской. Например, слова «волнующий», «вдохновляющий» и «потрясающий» активно применяются для создания положительных ассоциаций с продуктом или услугой. Такой выбор лексики направлен на вызов эмоциональных реакций у зрителей, что, в свою очередь, может увеличить эффективность рекламы.

Важно также отметить употребление специфической терминологии в зависимости от отрасли. Например, рекламы в области технологий активно используют термины «инновационный», «авангардный» и «технологичный», чтобы выделить продукт на фоне конкурентов. При этом рекламы в сфере моды могут включать слова, описывающие стиль, такие как «стильный», «модный» и «изысканный» [2].

Для проведения анализа был разработан методологический подход, включающий в себя выбор репрезентативной выборки англоязычных рекламных роликов на YouTube. В анализе учтены различные отрасли и форматы рекламы для обеспечения достаточной репрезентации многообразия языковых стратегий.

Примеры образцов включают ролики от таких брендов, как Apple, Nike, Coca – Cola и другие. Выбор таких крупных брендов обусловлен их широкой популярностью и влиянием на мировой рынок, что обеспечивает разнообразие языковых стратегий и подходов.

Проанализированы уникальные лексические единицы, используемые в рекламе, для выявления часто встречающихся слов и фраз. Например, бренд Apple часто использует термины «инновация», «стиль», «эксклюзивность», создавая позитивное восприятие своих продуктов. В рекламе нового iPhone компания Apple активно использует лексику, такую как «инновационный», «передовой» и «безграничные возможности». Эти слова создают образ продукта, который выходит за рамки обычного смартфона. Например: «Shot on iPhone» (Снято на iPhone) Campaign. Лексика: в рекламе активно используются слова «креативность», «момент», «исключительный», что подчеркивает выдающиеся качества камер iPhone. Грамматика: простые и лаконичные предложения усиливают впечатление доступности и привлекательности продукции.

Грамматические особенности англоязычной рекламы также играют важную роль в формировании восприятия продукта или услуги. Один из наиболее заметных трендов – использование простых и легко воспринимаемых грамматических конструкций. Короткие предложения и простые структуры помогают сфокусировать внимание зрителя на ключевых моментах рекламы.

Помимо этого, наблюдается умелое применение синтаксических приемов для усиления воздействия. Например, использование параллелизма, когда перечисляются характеристики продукта или выгоды для потребителя, создает ритм и подчеркивает значимость каждого элемента [5].

Грамматический аспект также проявляется в выборе временных форм. Рекламы часто используют настоящее время для создания ощущения моментальности, подчеркивая, что предложение актуально прямо сейчас.

Исследованы грамматические конструкции, применяемые в рекламных роликах, с целью определения их влияния на восприятие сообщения. Например, использование простых, легко запоминающихся предложений в рекламе Coca-Cola способствует легкости восприятия и позитивному эмоциональному воздействию. Реклама Coca-Cola включает в себя простую грамматическую конструкцию «Open Happiness». Эта структура подчеркивает простоту и радость, связанные с употреблением продукта. Использование глагола «open» придает акцент на действии, что может способствовать вовлеченности потребителя. Использование слов «счастье», «радость» и «общение» подчеркивает эмоциональную составляющую, ассоциируя продукт с позитивными эмоциями.

Проанализировано, какие эмоциональные состояния вызывают рекламные ролики. Примером служит реклама Nike, где акцент делается на мотивации и достижении целей, вызывая эмоции решимости и силы. В рекламе спортивной обуви Nike используется лексика «Just Do It», что в переводе означает «Просто сделай это». Эта лексика не только стала слоганом бренда, но и обрела культовый статус. Сочетание трех слов формирует лаконичную и мощную фразу, внушающую решимость и активное действие. Эмоциональная окраска в слове «just» придает дополнительный заряд мотивации.

Синтаксические приемы также широко применяются в англоязычной рекламе на YouTube. В рекламе смартфона Google Pixel используется синтаксический прием – параллелизм. Фразы «Capture the moments» и «Capture the memories» («Запечатлеть моменты» и «Запечатлеть воспоминания») создают ритм и подчеркивают важность использования камеры для сохранения важных моментов. Грамматическая структура при этом проста, но убедительна.

Вербальный компонент рекламы спортивной обуви «Brooks» выражен следующими фразами: «Running makes you feel alive» («Бег заставляет вас чувствовать себя живым»), «Live the way you run» («Живи так, как ты бежишь»), «Run happy» («Беги счастливо»). В данном примере мы видим языковую игру, представленную на лексическом уровне, повтор, аллитерацию и парцелляцию. Языковая игра основана на нарушении норм лексической сочетаемости – слово «live» заменяется на слово «run» в устойчивых выражениях «Live the way you want to live» («Живи так, как ты хочешь»), «Live happy» («Живи счастливо»), что эмоционально и функционально окрашивает текст и привлекает внимание. Между словами

«happy», «run» «Brooks» устанавливается ассоциативная связь, призванная кодировать восприятие реципиента.

Рекламодатель использует аллитерацию (повторение согласного [r]) для передачи ощущения наполненности энергией. Также мы видим в данном примере парцелляцию – смысловые речевые фразы разделены паузами и насыщены интонационно.

В следующем примере (рекламе конфет «Skittles») используются языковая игра на лексическом уровне и метафоризация. Аудиовизуальный ряд изображает двух людей, едящих конфеты «Skittles». В рекламе используется фраза «Settle the rainbow. Taste the rainbow» («Урегулируй радугу. Попробуй радугу»). В данном случае мы видим «сталкивание» смысла устойчивых выражений «settle the matter» («уладить дело»), «taste food» («попробовать еду») с прямым значением слова «rainbow» («радуга»). Таким образом, создано яркое, легко запоминающееся выражение с неожиданным соединением слов, что производит сильное воздействие на адресата. Также в этом примере мы видим метафорическое наименование конфет (слово «rainbow» – «радуга» используется вместо слова «конфеты»).

В рекламе инструмента для создания веб-диаграммы «Lucidchart» используется рифма: «Here is a whole bunch of prickles and here is jar of pickles» («Вот целый пучок колючек, а вот банка соленых огурцов»). Рифмованная конструкция способствует более быстрому запоминанию рекламы, привлекает внимание реципиента, развлекает, вызывая положительные эмоции.

Для придания товару исключительности часто встречается в рекламе такой прием речевого манипулирования, как гипербола. Гиперболы создают новую оценочную шкалу рекламируемого товара [6]. Ярким примером гиперболизации является реклама мобильного телефона «Grandma mobile»: «This is the highest development of mobile technology. Magnifying glass. Flashlight. Next function can change the world – extreme large buttons. Unbelievable mobile» («Это высочайшее развитие мобильных технологий. Увеличительное стекло. Фонарик. Следующая функция может изменить мир – огромные кнопки. Невероятно мобильный»).

В современном мире эффективность англоязычной рекламы на YouTube зависит от грамотного использования лексики и грамматики. Понимание тонкостей языковых особенностей и создание контента, сочетающего точность лексики с эффективной грамматической структурой, позволяют брендам выделяться и оставаться запоминающимися в глазах широкой аудитории.

Эффективное использование лексики и грамматики позволяет создавать привлекательные и эффективные рекламные сообщения, способные привлечь и удержать внимание аудитории. Несмотря на то, что каждая реклама имеет свои особенности и специфику, существуют общие принципы и подходы, которые могут быть использованы для создания успешных рекламных кампаний на YouTube.

1. Бодулева Е.Д., Бикмаева Л.У., Бодулева А.Р. Функционально-прагматические особенности рекламных слоганов сети Instagram // Тенденции развития науки и образования - Изд. Научный центр «LJournal», Самара, 2022. - №83. С.57-60
2. Вьюгина Д.М. Цифровые стратегии медиабизнеса в условиях изменяющегося медиапотребления / [Электронный ресурс] / Медиаскоп. 2016. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2233> (дата обращения: 27.02.2024).
3. Куликова Е.В. Рекламный текст: лингвистические приемы выразительности // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, № 6 (2). 2009. – С. 276 – 282.
4. Овчинникова, Е. С. Особенности использования видеохостинга youtube для продвижения бренда / Е. С. Овчинникова // Наука. Общество. Государство. – 2017. – Т. 5, № 4(20). – С. 195-201. – EDN UWREJM.
5. Пантелеева И.А., Прокопьева Г.Ю. Интерактивные технологии в рекламе: особенности построения рекламной коммуникации в интернет – сегменте / Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin), №3 (144). 2014. – С. 172 – 178.
6. Чумиков, А. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 [Текст]/ А.Чумиков, М. Бочаров, М. Тишкова. — М.: Альпина Паблшерз, 2010. – С.134.

7. Юрина И.А., Бородулина Н.Ю., Макеева М.Н. Исследование социальных сетей в контексте лингвистики новых медиа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – №11(77): в 3 х ч. (Часть 2).2017. – Изд. Грамота, Тамбов, 2017. – С.178 – 181.

Чэнь Л.

Различия «комплимент» в китайской и русской лингвокультурах

Ланьчжоуский университет
(Китай, Ланьчжоу)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-139

Аннотация

Комплимент - это положительная эмоция, которая возникает в результате оценки характеристик или поведения другого человека и является распространенной и важной частью межличностного общения. В контексте китайской и русской лингвокультуры и комплимента, и ответ имеют разные характеристики. В реальной жизни из-за этого часто возникают недоразумения. В статье рассматриваются различные выражения о том комплименте в русской и китайской лингвокультурах, и показаны различные реакции на комплимент.

Ключевые слова: комплимент, лингвокультура, китайская культура, русская культура.

Abstract

Compliment is a positive emotion that arises as a result of evaluating the characteristics or behavior of another person and is a widespread and important part of interpersonal communication. In the context of Chinese and Russian linguocultures, both compliment and response have different characteristics. In real life, misunderstandings often arise because of this. In the article different expressions about compliment in Russian and Chinese linguocultures are considered and different reactions to compliment are shown.

Keywords: compliment, linguoculture, Chinese culture, Russian culture.

1. Понятие «КОМПЛИМЕНТ»

Русское слово «комплимент» берет начало от французского «compliment» [6, с. 161]. Во Франции традиция комплимента восходит к куртуазной рыцарской культуре. Входящая в Россию традиция делать комплименты пользуется большой популярностью. С построением и развитием самого русского языка к этому термину добавилось много новых значений. Лексические значения лексемы в «Толковом словаре русского языка» Д. Н. Ушакова - это «любезность, лестные слова, содержащие похвалу». А в «Большом толковом словаре русского языка» С. А. Кузнецова добавлено значение «сомнительный к. кому-л. комплимент (говорить много лестных вещей)».

Очевидно, что понимание этого слова можно разделить на две стороны: оно может выражать как положительную и объективную оценку, выражая любовь и восхищение чем-либо, так и содержать неискреннее значение комплимента, т.е. способ передачи хорошего чувства для достижения скрытых коммуникативных намерений говорящего, которые могут быть положительными, объективными и отрицательными.

В китайском языке это слово употребляется аналогично, но существует более тонкое различие между степенью и целью комплимента, например, первое понятие «комплимент» в китайском языке - «称赞、赞美、赞叹、赞赏», среди них, «赞美» обычно означает высокую оценку вещей. «赞叹» ориентирована на удивление и выражает отношение положительного признания человека, события или вещи. «赞赏» направлено на выражение похвалы от чистого сердца. Второе понятие в китайском языке - «恭维、奉承».

2. Функция «КОМПЛИМЕНТ»

По понятию и практическому использованию, «комплимент» выполняет следующие основные функции:

2.1 Гармонизация и усиление человеческих эмоций

Самой главной ролью «комплимент» можно считать использование языка, языка жестов и других средств для того, чтобы похвалить другого человека за его преимущества, тем самым давая ему ощущение радости и регулируя межличностные отношения. Она используется в очень широком области, может быть в обыкновенной жизни, или в деловом взаимодействии, может существовать как между близкими, так и между незнакомыми людьми.

Например:

- *Вы наблюдательны, у вас острый ум, поэтому я люблю с вами общаться.*
- *Знаете ли вы, что ваша улыбка просто обезоруживает!*

Подобное предложение может легко повысить удовлетворенность собеседника и привести его в хорошее настроение, что еще больше сблизит их и улучшит их отношения друг с другом.

- *Всегда приятно иметь дело с таким профессионалом!*
- *Ваша компания достигла больших успехов в ххх области, и для нас было бы большой честью иметь возможность работать с такой замечательной компанией!*

В деловом взаимодействии комплименты – сильное оружие. Еще Дейл Карнеги в начале прошлого века вывел правило трех плюсов, которые откроют любую дверь, помогут установить контакт с любым человеком без приложения особых усилий. Это Улыбка, Имя и Комплимент. Подходящие комплименты не только произведут хорошее впечатление на другую сторону в делах, но и может помочь гладкому развертку переговоров или сотрудничества.

2.2 Ободрение

Такая функция комплимента обычно проявляется в отношении старших к молодым, начальников к подчиненным, учителей к ученикам, родителей к женщинам и т.д. Этот эффект будет стимулировать положительную мотивацию людей, повышать их уверенность в себе и самооценку, так что человек, которого хвалят, будет иметь больше смелости и уверенности перед лицом сложной работы, трудностей или вызовов в будущем и его собственный потенциал может быть стимулирован, а затем получить лучший рост и развитие.

Например:

- *Действия говорят громче слов, а твои рассказывают невероятную историю.*
- *Все иногда падают духом только такие люди, как вы, снова поднимаются и продолжают идти вперед.*

Психологи предупреждают, что нельзя долго пребывать в состоянии озабоченности, в состоянии побежденного: это состояние сначала угнетает психику, а потом убивает волю к победе и веру в себя. Комплимент и ободряющие слова могут вывести человека из такого состояния, назовем это словесное внушение комплиментотерапией. Известный писатель Антон Павлович Чехов сказал «Одно доброе слово может согреть три зимних месяца». Существует также китайская пословица похожа на это слово, а именно «*良言一句三冬暖, 恶语伤人六月寒*». Например, пожилому человеку всегда можно похвалит: «*У вас такое хорошее здоровье, что вам можно позавидовать*». Или больному человеку: «*Вы выглядите гораздо лучше*». Такие комплименты дадут положительный отклик на их психику.

Функция комплимента как побуждения к действию и поощрения особенно заметна по отношению к маленькому ребенку. Когда он делает что-то даже самое малое, мы спонтанно хвалим его и даже преувеличиваем его достижения. Младенцу, который делает первые шаги, мы с энтузиазмом говорим: «*Ты уже бегаешь!*» Когда он приносит что-то легкое, мы говорим, что он смог принести очень тяжелую вещь. Когда он рассказывает, в каком классе учится, мы говорим, что он уже очень большой.

2.3 Ирония

Кроме двух вышеуказанных функций, слово «комплимент» иногда имеет отрицательную функцию. Например, в некоторых случаях другая сторона делает что-то плохое или неправильное, и часто может выразить недовольство им словом «комплимент». В это время

предложение выражает совершенно противоположное тому, что оно означает. Compliment сыграет ироничную роль.

Например:

«Исправник вынул из кармана довольно замаранный лист бумаги, развернул его с важностью и стал читать нараспев: «От роду 23 года, роста среднего, лицом чист, бороду бреет, глаза имеет карие, волосы русые, нос прямой. Приметы особые: таковых не оказалось».

- *И только, – сказал Кирила Петрович.*
- *Только, – отвечал исправник, складывая бумагу.*
- *Поздравляю, господин исправник. Ай да бумага! По этим приметам немудрено будет вам отыскать Дубровского». (Александр Сергеевич Пушкин «Дубровский»).*

2.4 Получение выгоды

Лесть – это очень неоднозначная форма комплимента. Кто-то может произносить её вполне искренне, а кто-то осознанно лицемерит, скрывая корыстные или даже коварные намерения. При таком понимании слово приобретает еще одно негативное значение, а именно: достижение собственных целей и получение выгоды путем намеренного высказывания чего-либо, чтобы доставить удовольствие другим. Если комплимент представляет собой искреннее выражение, бескорыстное, то лесть – корыстное, хотя у говорящего комплимент тоже существует коммуникативная интенция в конкретных ситуациях[2, с. 123]. В басне «Ворона и Лисица» лиса, чтобы получить сыр, всячески расхваливает ворону и просит её спеть, якобы желая насладиться красотой её голоса. Поддавшись на лесть, ворона открывает рот и теряет сыр, который до этого ни в какую не хотела отдавать.

В реальном общении то, что излагает говорящий в лести, не является настоящим достоинством адресата. И хотя в выражении комплиментов также существует гиперболизация, но всё-таки она основана на реальности. Например, чтобы продать свой товар, продавцы магазинов одежды постоянно хвалят своих клиентов за то, какие они красивые или привлекательные, и как хорошо им подходит одежда.

Например:

- *Вам идет эта элегантная блузка.*
- *Этот цвет вам к лицу.*
- *Вам к лицу эта шляпка.*

Кроме того, при употреблении комплиментов, чем больше, тем хуже[4, с. 224]. Слишком много повторяющихся комплиментов может вызвать у собеседника чувство неловкости, а в глазах россиян – сомнение в ваших намерениях. Собеседник может подумать, что вы чего-то от него получаете.

2.5 Благодарности

В китайской культуре иногда слово «комплимент» может также выразить значение благодарности. Такая функция имеет определенное сходство с комплиментами, но обычно происходит после целенаправленного действия[3]. Например, когда мы поручаем другому задание и он выполнит успешно и хорошо, мы можем похвалить его: *«боже, ты делаешь это так хорошо, ты действительно одаренный и способный человек, спасибо тебе большое!»*

3. Разницы «КОМПЛИМЕНТ» в коммуникации

Разница в идеологическом уровне словесного комплимента в Китае и России не так велика, но в реальном общении, в силу культурных и привычных различий, отдельные комплименты с трудом понимаются и принимаются представителями другой культуры и даже вызывают непонимание.

3.1 Отношение к комплименту

По сравнению с россиянами кажется, что в Китае комплименты другим делают реже. Это не является неправильной привычкой, но связано с традиционным китайским мышлением. Китайцы находятся под глубоким влиянием конфуцианства в своем личном мышлении и склонны более тонко выражать свои взгляды и мнения. В межличностном общении они

придерживаются срединного пути (中庸) и не часто хвалят других в лицо или выставляют напоказ свои достижения.

Русские, напротив, часто делают комплименты внешнему виду, одежде, темпераменту даже незнакомым людям. Они не скупаются на комплименты и без стеснения выражают свою признательность и восхищение окружающим. А в Китае неожиданный комплимент может заставить людей подумать, что вы что-то замышляете и пытаетесь чего-то добиться. Таким образом, по частоте комплиментов русские значительно превосходят китайцев.

3.2 Различный стандарт

По объективным причинам Китай и Россия по-разному оценивают хорошее и плохое. Иногда хвалебные слова могут не быть поняты людьми, представляющими другую культуру, или искажены в степени восхваления в их глазах.

Взять, к примеру, внешность. Китайцы относятся к желтой расе, и в общем осознании большие глаза (浓眉大眼), белая и гладкая кожа (肤若凝脂), черные и мягкие волосы (云发丰艳), маленькое лицо и т.д. являются символами красоты, поэтому использование этих слов в комплиментах женщинам считается положительным. Когда мы используем эти слова, чтобы восхвалять русских женщин, эффект и эмоциональность значительно снижаются.

Когда Россия восхваляет внешний вид женщины, она больше обращает внимание на их фигур, глаза (глубокий, яркий), губы (сексуальные, мягкие) и т.д. Например: «Твоя фигура – просто нечто невероятное», «твои глаза такие прекрасные и глубокие, что я не могу не смотреть в них», «Твои губы – как спелая вишня.»

3.3 Прямой комплимент & Косвенный комплимент

Россияне, находящиеся под влиянием западной культуры, в практическом общении не скупаются на слова и обычно предпочитают прямые комплименты. А Китай является относительно консервативной страной, основанной на скромности и осторожности.

Например, на дороге, увидев красиво одетую девушку, россияне, как правило, делают ей прямой комплимент: «Вы сегодня отлично выглядите! У вас такое красивое платье!» Но в Китае такой комплимент может обидеть незнакомку, заставить ее почувствовать неуважение и даже сомневаться, что у вас есть какие-то ненормальные намерения по отношению к ней!

Другой пример — хвалить другую, унижая себя [1, с. 43]. Этот пример проявляется в «максимизации критики», «принижении себя», «возвышении и уважении других». Можно использовать как способ унижить себя и подчеркнуть достоинства другого человека. В китайской коммуникации этот вид комплимента используется гораздо шире, чем в русской.

Например:

- Вы так хорошо готовите, я много раз пробовала приготовить это блюдо дома, но у меня никогда не получается.
- Я не могу представлять свою способность перед вами.

4. Ответ на «КОМПЛИМЕНТ»

Британский лингвист Джеффри Лич в 1967 году выдвинул знаменитые «принципы вежливости», согласно которым в ответе на симметричный комплимент участвуют «критерий последовательности» и «критерий скромности». Очевидно, китайская культура более склонна к последнему, чем русская культура, а русские языковые привычки – к первому.

В китайской культуре скромность является хорошим качеством. Китайская культура всегда брала за образец скромного джентльмена (谦谦君子), отвергающего самовозвеличивание и выпячивание личной чести и выступающего за скромность и вежливость. Как гласит китайская пословица, полнота влечет за собой потери, а скромность приносит пользу (满招损, 谦受益). Любая честь, исходящая из собственных уст, считается гордыней, и даже самые впечатляющие достижения будут приглушены.

Поэтому китайцы, когда им делают комплименты, обычно отвечают скромными словами, например:

- Ты хорошо танцуешь.
- Ты мне льстишь (过奖了). Я должен продолжать в том же духе.

- Вы действительно хорошо играете в пинг-понг.
- Нет, ты играешь в пинг-понг лучше меня[5, с. 170].

В российской культуре подчеркивает эгоцентричность, независимость, индивидуальность и уважение индивидуальных достижений. Что касается российских ценностей, то оценочные суждения основываются на фактах, а «скромные речи» они считают почти лицемерными. Поэтому в ответ на комплименты россияне большей частью выражают одобрение и благодарность.

Например :

- Спасибо за комплимент, ты меня заставляешь улыбаться!
- Спасибо, что ты находишь время и уделяешь внимание моей работе!
- Я так рад/а, что тебе нравится моя работа, это действительно означает многое для меня!

На самом деле, ответы на комплименты не такими монолитными. В разных культурах ответы имеют много форм в практических связях. Особенно, с развитием общества и более тесным культурным обменом ответы китайцев и россиян на комплименты изменились. Ответы на комплимент становятся все более разнообразными.

Взаимный ответ, ответ умаления, неуверенный ответ также часто встречаются в русском диалоге[5, с. 169].

Например:

- Вы сегодня так элегантно одеты, это отражает вашу сущность.
- Вы тоже выглядите очень хорошо сегодня.
- Твои родители случайно не скульпторы? Такую грацию создали! Ноги у тебя такие стройные и длинные, что сны мои стали короткими.
- Я совсем не стройная! Это просто удачное платье, которое скрадывает мой лишний вес.

Заключение

Комплимент - это позитивное поведение в межличностном общении, которое не только помогает вызвать приятные ощущения у собеседника, но и способствует установлению дружеских отношений между людьми. Поэтому в межкультурной коммуникации он также обязан взять на себя миссию установления взаимопонимания и признания. При поиске культурных общностей важно уважать и понимать другие культуры, т.е. «искать точки соприкосновения, сохраняя различия (求同存异)». Цель данной статьи - дать ориентир представителям китайской и русской культур, помочь людям лучше общаться друг с другом, выявляя различия в использовании языка в разных культурах, и избежать ошибок в межкультурной коммуникации, вызванных культурными конфликтами.

1. Ван Синь. Комплименты в китайском и русском языках сравнение классификация и перевод. Уральский федеральный университет. 2019.06. С. 43.
2. Гохун, В. Концепция комплимента в русской и китайской культуре / В. Гохун // Современные гуманитарные исследования. – 2010. – № 3(34). – С. 122-124.
3. Лю, Х. Функции комплимента в русском и китайском речевом этикете / Х. Лю // Русский лингвистический бюллетень. – 2023. – № 3(39).
4. Мамонтова, Е. В. Специфика комплимента в русском и американском юмористическом дискурсе / Е. В. Мамонтова // Язык, культура, ментальность: проблемы и перспективы филологических исследований : Сборник II Международной научной конференции, Курск, 28–29 апреля 2020 года / Отв. редактор Н.И. Степыкин. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. – С. 223-228.
5. Чжан Ш. КОМПЛИМЕНТ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ. Молодой ученый. 2022. № 34 (429). С. 168-170.
6. Этимологический словарь современного русского языка / Сост. А. К. Шапошников: в 2 т. - М.: Флинта: Наука, 2010.

Шапкарина Е.И.

К вопросу об особенностях происхождения славянских гидронимов

ФГБОУ ВО Московский государственный лингвистический университет
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-140

Аннотация

Статья посвящена анализу особенностей славянских гидронимов. Дается характеристика топонимических субстратов. Рассматриваются отдельные группы славянских гидронимов. Делается вывод о важности изучения топонимов для понимания семантики географических имен.

Ключевые слова: топонимика, гидронимы, субстрат, адстрат, суперстрат, языкознание, этническая группа, семантика, славянские племена.

Abstract

The article is devoted to the peculiarities' analysis of Slavic hydronyms. The characteristic of toponymic substrates is provided. Certain groups of Slavic hydronyms are considered. There is drawn a conclusion about the necessity of toponyms' study for the understanding of geographical names semantics.

Keywords: toponymy, hydronyms, substrate, adstrate, superstrate, linguistics, an ethnic group, semantics, Slavic tribes.

Ономастика (от греч. «**onomastikos**» – «относящийся к наименованию») – раздел языкознания, изучающий сущность имен собственных, их специфику, происхождение и развитие. Разделы ономастики связаны с разными категориями имен собственных. Изучением географических названий, в том числе, объектов, связанных с акваторией, – гидронимов, занимается топонимика (от греч. «**topos**» – «место, местность» и «**onima**» – «имя»). Озера, пруды, реки, ручьи представляют самостоятельный гидрографический тип.

Закономерности развития имен собственных отличаются от закономерностей развития имен нарицательных, апеллятивов, поскольку их возникновение и изменения подчинены не только фонетическим или морфологическим закономерностям, но и обусловлены развитием общества. При своем возникновении каждый топоним имеет определенное содержание, но за время своего существования географические названия могут меняться, а иногда полностью исчезать. Данное явление связано с важной топонимической закономерностью: на любой территории названия всегда разноязычны и разновозрастны. Это обусловлено тем, что народы с глубокой древности находятся в движении, при этом либо «поглощая» другие народы, либо «растворяясь» в них. Поэтому, названия, данные народами-предшественниками, могут сохраниться, но неизбежно меняются в той или иной степени в результате приспособления к чужому языку. Народы, пришедшие на новую территорию, также дают свои названия географическим объектам, в результате чего образуется несколько «слоев», которые накладываются друг на друга. Эт процессы находят отражение в следующих понятиях: топонимический **субстрат** (от лат. «**substratum**» – «основа»), означающий пласт названий из языка народа, ранее жившего на данной территории; **адстрат** – совокупность элементов языковой системы, отражающих результат влияния одного языка на другой в условиях длительного существования контактов носителей этих языков; **суперстрат** – совокупность элементов языковой системы, не связанных с законами данного языка, а выводимых из языка пришлых этнических групп, ассимилированных исконным населением. Изучение субстрата позволяет проследить исторические судьбы территории, процессы этногенеза, направления миграции населения.

Целью данной статьи является анализ особенностей происхождения славянских гидронимов.

«Эти имена рек, урочищ и городов, как созвучный звон. Сколько народов принесли свои лучшие созвучия и мечты. Шаг племен. Ушли и приходят», – отмечал русский художник и путешественник Н.К. Рерих, проявлявший большой интерес к географическим названиям [3, с.8].

В русской топонимии можно найти иранский, балтский угро-финский субстраты. Для рек степной полосы России одним из древнейших является иранский языковой слой, оставленный скифскими и сарматскими племенами, обитавшими здесь в I тыс. до н.э. – I тыс. н.э., – Дон, Днепр, Днестр, Дунай. В их названиях присутствует корень «**дн**», «**дон**». Слово «дон» на осетинском языке (он – прямой наследник аланского, восходящего к сарматскому) и сегодня означает «вода». Для лесной зоны больше характерен финно-угорский субстрат (Икша, Калокша, Ковакса) с типичным окончанием **-кша**, **-кса**. В древних языках этой группы оно означало реку или ручей (в современном марийском языке «икса» – «ручей»). Эти названия даны народами меря, мещера и мурома, известными по русским летописям.

В западной части Центральной России существует значительное количество балтских названий, для которых характерны окончания **-ра**, **-за**, **-ль**, **-са** (Пахра, Руза, Гжель, Таруса).

По мнению исследователей, чем больше размеры рек, тем древнее их названия, что связано с той важной ролью, которую играют реки в жизни человека [3]. Однако, чем древнее название, тем труднее установить его этимологию. В качестве примера можно привести различные гипотезы относительно этимологии имени Волга [1,2,3,6,7].

Реки сыграли очень важную роль в становлении русской цивилизации. Российский историк, один из первых исследователей географических названий Н.П. Барсов писал: «Все исторически известные поселения славян... мы находим именно на таких речных и озерных побережьях, тогда как сама начальная летопись также распределяет расселение восточнославянских ветвей по рекам и озерам» [3, с.53]. Топонимика позволяет достаточно точно определить границы исконно русской земли. Топонимика Прикарпатского края, бассейна Днестра и области правых притоков среднего Днепра славянская. Область левых притоков не обнаруживает такого количества славянских названий, поэтому можно предположить, что Днепр был некогда восточным пределом нашей древнейшей Родины. По мере движения из районов правых притоков среднего Днепра к Западной Двине, Оке, Волге и Дону топонимика становится все менее славянской, что согласуется с археологическими данными.

В районе Волго-Клязьминского междуречья, к которому относится Московская область, до появления славянских племен в конце I тыс. до н.э. жили племена, говорившие на балтийских и финно-угорских языках. Это подтверждают как археологические раскопки, так и названия рек и речек. Однако, установить факт их принадлежности к этим языкам непросто, что объясняется сложностью в определении хронологии балтоязычного и финноязычного населения до прихода славян, а также изменением этих названий под влиянием русского языка. Это затрудняет лингвистическую интерпретацию того или иного гидронима, допускает его двоякое толкование. Примером может служить название реки Неглинной, левого притока Москва-реки. По мнению академика В.Н. Топорова, сочетание **-глим** можно соотнести с балтийским словом **gilm**, что в балтийских языках, в частности, в литовском (**gilme**), означает «глубокое место в реке или озере». Г.П. Смолицкая, исследователь топонимии Центральной России, объясняет этот гидроним как русский и связывает его с характером окружающей почвы – глины [6, с.19].

В данном регионе, где протекает более 2000 рек и речушек, гидронимия балтийского происхождения представлена в названиях Нара (литовское «**нага**» – «**поток**»), Лобня, Лобца (балтийский географический термин **loba**, **lobas** – **долина**, **русло реки**). На северо-востоке Московской области протекает река Молокча. Элемент «**окча**» образовался из топоформантов (повторяющаяся часть топонима) **-охта** и **-окша**, являющихся родственными вариантами древнего финно-угорского термина со значением «**река**». Его следы сохранились в мансийском языке, где есть термин «**ахт**» – протока.

К концу I тыс. н.э. – началу II тыс. н.э. относится появление ранней славянской гидронимии, которую связывают с племенами кривичей и вятичей. Низкая плотность

балтийского и финно-угорского населения позволила новым поселенцам – славянам свободно расселиться на незанятых землях и освоить существовавшие до их прихода названия крупных и большей части средних рек, а ранее безымянным рекам дать свои названия.

Славянское происхождение имеют не очень значительные (протяженность 50-75 км.) реки: Веля (правый берег Дубны) – от древнерусского **велия** (большая), Меча (левый приток Вожи) – от древнерусского **меча** (медвежья). Среди ранних славянских гидронимов много таких, в которых отражены характерные особенности объектов, например, река Каменка (каменистое дно), Голутня (голая, с безлесными берегами), Мутня (мутная), Чермянка (цвет речной воды темный, с красноватым оттенком), река Ивовые Кусты. Ряд славянских гидронимов образован с использованием народных географических терминов, имеющих значение «река» (сам термин «река» в названиях не употребляется). В бассейне реки Оки насчитывается 26 рек с названием Речица (старая уменьшительная форма слова «река»), 4 из которых находятся в московской области. Название Студенец («ключ», «источник», «родник») носит ряд рек и ручьев – притоков Клязьмы, Оки, Яузы. Реки (речки) назывались и по расположенным на них селениям: Бунятка – по деревне Бунятино, Дятлинка – по деревне Дятлино (характерный признак таких названий – наличие уменьшительного суффикса -ка).

Гидроним мог быть связан с особенностями хозяйственной деятельности населения, например, название речки Раменки, правого притока реки Сетунь. Диалектное «рамень» – «край пашни у леса» исторически связан с такими словами, как «рало», «ратай», «ратва», отражающими традиционную для славян систему подсечного земледелия. Слова «рамень» и «рамень» были известны в значении «лес, соседствующий с полями, пашней». Таким образом, слово «рамень» первоначально означало «пашня по соседству с лесом».

Изучение топонимов, в частности, гидронимов, является задачей лингвистов, географов и историков. Географические названия должны изучаться как система, только так можно рассчитывать на успех. Топонимы помогают в изучении сложных вопросов миграции народов, что особенно важно для бесписьменного периода истории. Изучение топонимических образований помогает географическими наукам, а они, в свою очередь, способствуют правильному пониманию семантики географических имен.

1. Агеева Р.А. Происхождение имен рек и озер. – М.: Наука, 1985. – 143 с.
2. Горбаневский М.А. Москва: кольца столетий. Из истории названий местностей и районов, улиц и переулков столицы. – М.: Олимп: Астрель: АСТ, 2007. – 441 с.
3. Мурзаев Э.М. Слово на карте. Топонимика и география. – М.: Армада-пресс, 2001. – 448 с.
4. Никонов В.А. Краткий топонимический словарь. – М.: Мысль, 1966. – 509 с.
5. Пасхалов А.П. Удивительная этимология. – М.: ЭНАС – КНИГА, 2013. – 176 с.
6. Смолицкая Г.П., Горбаневский М.В. Топонимия Москвы. – М.: Наука, 1982. – 176 с.
7. Суперанская А.В. Что такое топонимика – М.: Наука, 1984. – 182 с.
8. Успенский Л.В. Имя дома твоего. / Очерки по топонимике. – М.: Армада-пресс, 2002. – 320 с.

Эшиев А.М.

Победа над Шоорук ханом в эпосе «Манас»

*Жалал-Абадский государственный университет
имени Б. Осмонова
(Кыргызстан, Жалал-Абад)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-141

Аннотация

В статье речь идет о победе кыргызов Манаса над Шоорук ханом, главы племени калча этноса татала. Отмечается, что Шоорук хан был в состоянии сразиться с кыргызами, однако по версии Саякбая Каралаева посланнику Манаса, певцу-глашатаю эр Ажыбаю, без единого выстрела удастся заставить Шоорук хана сдаться. Главное, что тридцать девушек принцессы Акылай (дочь Шоорук хана) сами выбирают себе женихов из гвардии сорока витязей Манаса.

Ключевые слова: Алтай, Манас, кыргызы, Шоорук хан, эр Ажыбай, племя калча, этнос татала.

Abstract

The article talks about the victory of the Kyrgyz of Manas over Shooruk Khan, the head of the Kalcha tribe of the Tatala ethnic group. It is noted that Shooruk Khan was able to fight the Kyrgyz, however, according to Sayakbai Karalaev, the envoy of Manas, the singer-herald of Er Azhybai, will be able to force Shooruk Khan to surrender without firing a single shot. The main thing is that the thirty girls of Princess Akylai (daughter of Shooruk Khan) choose their own grooms from the guard of the forty knights of Manas.

Keywords: Altai, Manas, Kyrgyz, Shooruk Khan, Er Azhybai, Kalcha tribe, Tatala ethnic group.

В варианте Сагымбая Орозбакова:

Алайдын тыштук жагында, (В южной стороне Алая,)

Башы Даң-Дуң тоосунда, (На вершине горы Дан-Дун,)

Маймундуктун Шоорук кан (Шоорук хан Маймундука)

Жаткан экен ушунда. (Преспокойно жил себе.)

Калча деген калкы бар, (У него племя калча,)

Калча жайын сурасаң (В сущности калча)

Кыргызга жакын каркыбар. (К кыргызам родня.) [3, с. 200]

Шоорук хан – глава племени калча, жил в южной стороне Алая, на вершине Дан-Дун Гиссарских гор. В сущности, племя калча было родичами кыргызов, возможно, оно когда-то было одним из сорока племен кыргызов. Со временем став многочисленной и мощной родоплеменной структурой, похоже, отделилось от сорокаплеменного Кыргыз журту. Во времена разгрома кыргызов Орозду хана (дядя Манаса) китайскими захватчиками с трехсот тысячным войском, племя калча находилось в зоне недосягаемости от китайского нашествия. И вот теперь спустя несколько веков отчуждения от кыргызов, запамятававший родословную предков Шоорук хан собирается помериться силами с войсками Манаса.

Имя Шоорук хана сильно напоминает имени Шарукана из древнерусских летописей, Шарокана в поэме «Слово о полку Игореве». Так, «351-352. поють время Бусово, лелеють мечь Шароканю». Из комментария: «Шарукан – половецкий хан, враг Руси... Жестокое поражение потерпел в борьбе с Владимиром Мономахом сын Шарукана Отрок. В 1185 г. хан Кончак, сын Отрока и внук Шарукана, отомстил за бесславие отца и деда, разбив войско Игоря и взяв князя в плен» [7]. В другом источнике: «Том же лете приде Бонякъ, и Шаруканъ старый и ини князи мнози, и стаща около Лубьна» [6, с. 271]. Это время значителен 1107 г., и, кажется, совпадает со временем победной битвы Святополка над Половецким Шаруканом.

По варианту Шапака Рысмендеева тяжело раненный от Алманбета главный отрицательный герой эпоса «Манас» Конурбай характерной хитростью за короткое время сможет вылечиться («Ачып көздү жумганча, // Алачыктай чоң Калча // Адам болду аңгыча») [2, с. 52]. Однако здесь главное в том, что Конурбай называется Калча-великаном. Известный эпический герой Музбурчак был ханом букарского племени калча, или, легендарная женщина-лебедь спасает казахского Калча батыра. Теперь уже Шоорук хан, как глава племени калча, выходит на политическую авансцену.

Алтайлык кыргыз барыптыр (Алтайские кыргызы)

Ополдун тоосун оролуп, (Пересекли гору Опол,)

Кенжутка жетти көчмөнү, (Кочевья дошли до Кенжута,)

Аяны өтүп Алайдан (Авангард перевалил от Алая)

Ызар тоону өткөнү. (Дошли до горы Гиссар.) [3, с. 200]

Итак, Алтайские кыргызы пересекают через горы Опол, доходят до Кенжута, а передовая группа переходит от Алая, дойдет до горы Гиссар. Выходит, современный Гиссар (в Таджикистане) ранее назывался Ызар, думается, что это правильное произношение древнего

топонима. Обо всем был своевременно информирован Шоорук хан, за передвижением кыргызского кочевья внимательно следили его лазутчики и дозорные отряды.

Анжыянга, Кашкарга (Дальше Андижана, Кашгара)
 Артылта кууп салбасам!... (Мне бы прогнать их восвося!...)
 Кызылдан ары өткөрүп (Далее Кызыла за хребтом)
 Кыр ашырып тынайын!... (Выгнав, и мне успокоиться!...)
 Айдап тоодон ашырып, (Вышвырнуть их за горами,)
 Алайды карай сүрөйүн! (За Алай их выдворить!)
 Кезектин уулу Шоорук кан ... (Шоорук хан сын Кезека ...)
 Татала деген журту бар. (У него народность татала.) [3, с. 201]

Итак, Шоорук хан собирается выгнать кочевья алтайских кыргызов за кордон – дальше от Андижана, Алая, в сторону Кашгара. В исторических источниках немало сведений о турках-тетальцах, которые могли бы идентифицироваться с эпическим этносом татала. Так, «В 573 году Хозрой (Шах Ирана. - А. Э.) отправил к “туркам-тетальцам” 7 т. пленных дев, прося помощи в войне с римлянами, армянами и таджиками (арабами)» [1, с. 110]. По эпосу «Манас» Шоорук хан считается, помимо племени калча, представителем этноса татала. По всей видимости, племя калча находилась в структуре этноса (журт) татала.

В варианте Саякбая Каралаева:
 Ажыбай айта салганы, (Ажыбай так излагал,)
 Ажыбайдын кебине (Услышав речь Ажыбая)
 Ал Шоорук кан таң калды. (Шоорук хан был жутко изумлен.)
 Карап туруп ошондо (И вот тогда-то)
 Кан Шооруктай эрениң (Этот дерзостный Шоорук)
 А дээрине алы жок, (Не промолвив ни слова,)
 Э дээрине эси жок, (Не проронив ни слова,)
 Тагынан тышүп калганы. (Свалился с ханского трона.) [4, с. 218]

Шоорук хан услышав о появлении кыргызских племен Манаса в Алае-Андижане намеревается прогнать их подальше от гиссарских гор. Правая рука Манаса, певец-глашатай, оратор эр Ажыбай в качестве посланника по указанию Манаса побывает в резиденции Шоорук хана. Красноречивый оратор эр Ажыбай применив приемы информационно-психологической войны расскажет Шоорук-хану обо всем, о непобедимости Манаса, о его трехсот тысячном войске. Услышав речь Ажыбая Шоорук хан был страшно поражен и панически расстроился, и не промолвив ни слова, не проронив ни слова, свалился с ханского трона. Таким образом, по версии Саякбая Каралаева между войсками Манаса и Шоорук хана войны не будет. Без единого выстрела Шоорук хан и его армия сдаются кыргызам Манаса. Следует подчеркнуть, что по версии Сагымбая Орозбакова войска Манаса воюет и побеждает трехсот тысячную армию Шоорук хана, впоследствии от которой остаются всего шестьдесят тысяч воинов. Проиграв войну в Ферганской долине убежит в родные гиссарские горы через Мургап [3, с. 215].

В варианте Шапак Рысмендеева:
 Кара-Тегин жер экен, (Родина его Кара-тегин,)
 Уруусу Калча эл экен. (Племя его Калча.) [5, с. 48]
 Так кырк күнү той кылды, (Ровно дней сорок отпраздновал,)
 Кан Шоорук кан ой кылды, (Хан Шоорук подумал и размыслил,)
 Акылайга арнатып, (Так, посвятив дочке Акылай,)
 Ак ордо үйүн тиктирди. (Ак ордо вежу построил.) 5, с. 50

После поражения Шоорук хан выдает свою дочь Акылай замуж Манасу. По указанию Манаса тридцать девушек принцессы Акылай сами выбирают себе женихов из гвардии сорока витязей Манаса.

Тандаганга бу кыздар (Девушкам так повелели)
 Өзү каалап тийсин деп, (Самим выбрать женихов,)
 Тандасын деп өздөрү (Самим определиться выбором)
 Көңкү турган көпчүлүк (Зевакам вот забава)

Кыздын өзүн кыстады. (Вот озадачили девушек.) [3, с. 219]

Вот так озадачили тридцать девушек Шоорук хана, чтобы они сами выбрали себе женихов среди гвардейцев Манаса. Акылай выбирает себе Манаса (“Шооруктун кызы Акылай // Шоодураган капырай! // Болсун эрим Манас деп, // Кыздардан чыгып бөлүнүп”), ее подруга Арууке славного эр Алманбета, и все остальные девушки выбирают себе понравившиеся тридцать кыргызских витязей (“Отуз кыз барып кыргыздан // Отуз жигит кармады”) [3, с. 220]. Торжество в честь женитьбы Манаса и его тридцати богатырей продлится сорок дней.

1. Аристов Н.А. Усуны и кыргызы или кара-кыргызы. Бишкек, 2001.
2. Жакишев Ө. «Манас» үчилтиги жөнүндө. Бишкек: «Бийиктик», 2013. (Жакишев Ө. О трилогии «Манас»).
3. Манас. Сагымбай Орозбаковдун варианты боюнча. II китеп. Фрунзе: «Кыргызстан», 1980. (Манас. По варианту Сагымбая Орозбакова. II книга).
4. Манас. Эпос. Саякбай Каралаевдин варианты боюнча. I китеп. Фрунзе: «Кыргызстан», 1984. (Манас. Эпос. По варианту Саякбая Каралаева).
5. Манас. Шапак Рысмендеевдин варианты боюнча. Бишкек, 2013. (Манас. По варианту Шапака Рысмендеева).
6. Повесть временных лет по Лаврентьевскому списку. Ленинград, 1926.
7. Слово о полку Игореве. Ленинград: «Сов. писатель», 1990.

Davlatzoda R.

On the issue beset with methods of emergence of some forms of original Tajik toponyms in the chronicles referring to 10th – 13th centuries

SEI “Khujaand State University named after acad. B.Gafurov”
(Khujaand, Tajikistan)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-142

Abstract

The article dwells on methods of emergence of forms of original Tajik toponyms in the chronicles of 10-13th centuries. From the analysis and comparison, the author came to the conclusion that the majority of such words are toponymical words, and they are used in two forms in most cases.

Keywords: chronicles of 10-13th centuries, original Tajik toponyms, conversion, reduction, displacement, parallelism.

Аннотация

В статье рассматриваются способы возникновения форм оригинальных таджикских топонимов в летописях X-XIII вв. В результате анализа и сравнения автор пришел к выводу, что большинство таких слов являются топонимическими и в большинстве случаев употребляются в двух формах.

Ключевые слова: летописи X-XIII вв., оригинальные таджикские топонимы, конверсия, редукция, смещение, параллелизм.

Introduction

It is common-knowledge that the history shows that a considerable number of words have undergone changes over time in the language word-stock in terms of formation and meaning. It is worth stressing that such changes in both original and borrowed words of each language are resorted to in it do not take place by the same method. In the first group, their usage took place over a period of hundreds and thousands of years.

Prof. H. Majidov mentioned two ways of the emergence of word forms: 1) phonetical forms, which were caused by the following factors: swapping the sounds of word composition, changing the sound of word composition due to some phonetical feature, reduction, swapping one of the sounds of word composition to another one; 2) the emergence of word usage forms as a result of various changes in the morphemes of word composition, which takes place under the influence of the following factors: mostly in the form of swapping the morphemes of their composition; replacing one of the components

of a composite word with its synonym or another word with its similar meaning; using synonymous affixes in derivative words composition [4, p.44-47].

A scholar in linguistic studies M. Jabborova conducted an analysis beset with the variation of lexical elements in two translated chronicles belonging to the 10th century – “The Translation of Tafsiri Tabari” and “The Translation of Tabari`s History” and she showed the role of three phonetical peculiarities in three chapters of her research: transformation, growth and reduction in the appearance of the original Tajik and borrowed words [10, p.24-133].

In the following translations entitled as “Ta`rikhi Tabari”, “Ta`rikhi Bukhara”, “Ta`rikhi Baihaqi”, “Mujmal-ut-tavarikh”, “Ghurar-us-siyar”, a number of anthroponyms and toponyms are used in two or more forms alongside with the elements representing different spheres of life. While comparing the number of forms of such words, it became clear that most of them are resorted to in two forms parallelly, and lest of them are used in three forms. The emergence of two or more forms of such lexical units was mainly under the influence of multi-phonetical features and one of them is the usage of another consonant or vowel instead of one or a group of consonants in their composition. For instance, the toponym of *Наршах* is also mentioned as *Нарчак* in “The History of Bukhara”: Дар моҳи рачаб, сол бар саду панҷоҳу нӯҳ (апрел-майи соли 776-уми м.) рафтанд то ба деҳаи *Наршах* ва ҳоло деҳаи *Нарчак* гӯянд ва дар муқобалаи эшон лашкаргоҳ заданд [7, p.129].

According to Abu Bakr Narshakhi “now they call *Нарчак* village in the form of *Наршах* which it was older than *Нарчак*.”

The findings show that two forms of such kinds of toponyms are mentioned in the same chronicle. In our opinion, the authors or translators of such historical productions have taken this initiative in order to acquaint the reader with their past and future forms. The relevant feature of interpretation can also be observed in the example of mentioning the name of a small town located in northern Sabzavori Khuroson - *Испаройин* \ *Исфаройин*: Ва амир... аз Нишобур бирафт бар роҳи *Исфаройин*, то ба Гургон равад... [1, p.485]. Инҳоро, ки Хоча мегӯяд, ки вилоятҷӯенанд, натавон гузашт, то дам зананд, савоб он аст, ки ба тани хеш ҳаракат кунем ҳам аз Гургон бо ғуломони саройӣ ва лашкари гузидатар ба роҳи Самангон, ки миёни *Испаройин* ва Устуво берун шавад ва ба Нисо берун ояд, тохтане оварем ҳар чӣ қавитар, то димор аз эшон бароварда шавад [1, p.507].

It is well-grounded that the change of the old consonant “п” into “ф” is one of the common events in Iranian languages, including Tajik [3, p.65].

The change of the form of *Испаройин* to *Исфаройин* happened due to the relevant phonetic evolution. In other word, in the historico-geographical productions of the Middle Ages, besides the mentioned forms, this toponym was also used in the following forms *Сабаройин* \ *Сафаройин* parallelly [9, p.194].

In conformity with such evolutionary method, the toponym *Сироф* also changed its phonetic feature and was used in the form of *Широб* in some chronicles: Чун мардум барои ӯ (Кайковус-Р.Д.) ширу об оварданд, он чоро «Сироф», яъне «Широб» номиданд ва ҳангоме ки мардумони сирофӣ Кайковусро шинохтанд, ӯро ба хонае бурданд ва аз ӯ парасторӣ карданд [8, p.111].

Hence, one can assert from the content of the sentence that the original form of the word is *Широб* and *Сироф* is its distorted form.

In the chronicles of the periods under consideration, we can also encounter the emergence of variation by the method of swapping the sounds of lexical elements composition. For instance, the author of “The History of Baihaqi” mentioned the ancient name of the current main fortified part of the city Gurgon in several cases of *Асторобод*. The original form of the relevant word is *Астаробод*, and it is also resorted to the form of *Саторобод* in the corpus of our study: Ва Боқалиҷор моли мувозеатии Гургон дусола бо ҳадяҳо бифиристад ва низ хидмат кунад ва агар рост наравад, яке то *Саторобод* биравем ва агар низ ҳочат ояд, то ба Сориву Омул... [1, p.481]. Ҷавоб дод, ки: «Азимат қарор гирифтааст, ки ба *Саторобод* оему муқом кунем, ки ҳавои он ҷо сазовортар аст. Аз он ҷо он чӣ фармуданист, фармуда ояд» [1, p.487]. Ва рӯзи душанбе... аз Гургон бирафт ва аз ин ҷо ду манзил буд то *Асторобод* ба роҳе, ки онро «Ҳаштодпул» мегуфтанд, бешаҳои беандоза ва обҳои равон [1, p.488]. Сездаҳуми моҳи рабеъ-ул-охир амир ба *Асторобод* омад ва

хаймаи бузург бар боло бизада буданд... [1, p.488]. Ва рӯзи Наврӯз буд, ҳашт рӯз монда аз мохи рабе-ъ-ул-охир, амир ҳаракат кард аз *Асторобод* ва ба Сорӣ расид... [1, p.490].

In the geographico-historical productions of the Middle Ages, besides the two mentioned forms, the following toponym *Исторобод*, *Истробод* was also used [9, p.41].

Seemingly, the author of the work used more the form *Асторобод* in comparison with *Саторобод*. In regard to such forms of the relevant word, it is worth stressing that swapping the first consonant to the following vowel has a long history in Tajik. It can be encountered in the following examples, such as: *ситора-истора*, *ишкани-ишкани*, *ситеза-истеза* etc. The duality of the above-mentioned toponyms follows this rule as well.

Alongside with the anthroponyms certain toponyms also acquired based on three variant methods, which the usage of one of the four important cities of Khuroson: *Ҳарейв* – *Ҳарӣ* – *Ҳирот* is considered to be an appropriate example of our proofs: Ва ҳам дар ин маҷлис қарор доданд, ки дигар рӯз манзил кунанд бар тарафи *Ҳарейв* ва он ҷо раванд, то лашкар аз тангиву қаҳт бозраҳад... [1, p.621]. Вазир хидмат карду бандагӣ намуд ва ҳам бар ин қарор пароганданд ва дигар рӯз ин мавокибу лашкарҳо бозгашт ва ба тарафи *Ҳарейв* манзил карданд [1, p.621]. Дар боби шумо шафоат кардам ва подшоҳро бар он овардам, ки шумо дар ин вилоят, ки ҳастед, бибошед ва мо бозгардему ба *Ҳарӣ* равем... [1, p.618]. Дар зилқаъда... ба *Ҳарӣ* расид ва он ҷо нузул фармуд ва рӯзе чанд биёсуд бо лашкарҳо [1, p.622]. Ва аз *Ҳирот* ва навоҳии он Бодғису Ганҷрусто ва ҳар кучо даст расид, ба ҳазор динор барот набиштанд... [1, p.622]. Ва ин Буталҳа чун ҳоҷиб Субоширо туркмонон бизаданд, он гоҳ ба *Ҳирот* омаданд... [1, p.623].

In some medieval geographical productions, beside the three mentioned names of this city is also written in the following forms *Ҳироҳ*, *Ҳариво*, *Ҳаро* [5, p. 748, 751] and the former in question is used in ancient Persian texts like *Ҳарайв* [6, V. 6, p. 2264].

Another example of triad toponym is *Сакистон- Сиҷистон- Сиистон*: Пас Убайда ибни Абибақраро Хуросон дод ва Муҳаллабро *Сакистон* дод [2, V. 2, p.1233]. Ва малики *Сиҷистон* сипоҳ гирд кард, ба аввали ҳудуди *Сиҷистон* берун омад ва бо сипоҳ ҳарб кард ва ҳазимат шуд ва ба шаҳр бозшуд [2, V.2, p.1068]. Ва гурӯҳе гуфтанд: «*Сиистон* ва замини Нимрӯз ўро дод ва гурӯҳе гуфтанд, ки Хуросон низ ўро дод» [2, V.2, p.1161]. Ва бародарашро- Язид ибни Зиёдро Салм ба *Сиистон* фиристода буд ба ҳарби ноибон. Хабар омад ба Салм, ки Язидро ба *Сиистон* бикӯштанд [2, V.2, p.1196].

Conclusion

Adducing the results of the conducted analysis beset with the theme explored we can come to the conclusion that in the chronicles appertaining to 10th -13th centuries, a group of original Tajik lexical elements, especially toponyms are resorted to in two or three forms, and the number of such words is more in comparison with three ones. The reason for being used in several forms such kind of the language word-stock - as a result of the usage of their old and new forms and their verbal parallels as well.

Nowadays, the entire of two or three forms of such lexical elements are out of use and the rest of the formers in question are used and remained with their ancient forms, however a considerable number of them are resorted to by their later and evolved forms properly.

1. Baihaqi, Khoja Abulfazl Muhammad ibn Husayn. The History of Baihaqi / prepared, edited and introduced by S. Mullojon. Dushanbe: Bukhara, 2014. 774 p.
2. Balami Abu Ali Muhammad ibn Muhammad. The History of Tabari. VV. 1-2. / under the editorship of M.Umarov and F.Babaev. Tehran, 1380. 817 p
3. Efimov V.A. Persian, Tajik, Dari. // Fundamentals of Iranian language. Novoiranian language. M.: Science, 1982. P. 5-230.
4. Majidov H. Tajik modern literary language. V.1. Dictionary. Dushanbe: Devashlich, 2007. 254 p.
5. Mozandarani H.Sh. The dictionary of "Shah-Name". Names of people and places. Nishapur: Balkh Publication. 1377. 812 p.
6. Muin M. Persian dictionary. V.5, 1229 p.; V.6, 2351 p. Tehran: Amir Kabir, 1375.
7. Narshakhi Abu Bakr Muhammad ibn Ja'far. The History of Bukhara / Authors: G. Goibov, K. Olimov, N. Amirshahi. Dushanbe: Link. 2012. 546 p.

8. Saolibi Nishopuri, Abu Mansur Abdul Malik ibn Muhammad. The history of “Ghurur-us-siyar” entitled as “Shoh-Name” by Saolibi / prepared and introduced by N. Zahidov. Dushanbe: Bukhara, 2014. 441 p.
9. Hassanzoda A. Toponyms of the territory of Samanida. Khujand: Light of Enlightenment, 2018. 560 p.
10. Jabborova M. The variation of words in the translated works referring to the 10th century (based on the translational materials entitled as “Tafsiri Tabari” and “Ta`rikhi Tabari” by Balaami). Khujand: Meroj. 2014. 157 p.

Martynova N.A.

Features of language training (based on the experience of training police officers in the USA)

Oryol Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation

(Russia, Orel)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-143

Abstract

The article analyzes the foreign experience of police training. The role of language training in vocational education is emphasized. Written and oral types of communication are considered, in addition, attention is paid to the ratio of verbal and non-verbal ways of communication.

Keywords: professional activity, language training, verbal and non-verbal communication.

Аннотация

В статье анализируется зарубежный опыт подготовки полицейских. Акцентируется роль языковой подготовки в профессиональном образовании. Рассматриваются письменные и устные виды коммуникации, кроме того, уделяется внимание соотношению вербальных и невербальных способов общения.

Ключевые слова: профессиональная деятельность, языковая подготовка, вербальная и невербальная коммуникация.

During the period of formation of civil society institutions, a rule-of-law democratic state, a modern legal system, and the implementation of a course to strictly ensure the rights and freedoms of citizens, one of the most important priorities of the Ministry of Internal Affairs of Russia is the creation of a highly professional personnel corps capable of effectively solving the tasks assigned to the internal affairs bodies by society and the state. The volume and complexity of the tasks facing the Ministry of Internal Affairs of Russia require cardinal optimization of the organizational and pedagogical foundations of the system of professional training of personnel in the internal affairs bodies.

Its tasks include not only the implementation of professional training programs of various levels and directions in the field of law enforcement, but also the formation of awareness among employees of internal affairs agencies of the state and public purpose of professional activity.

Continuous professional education of employees of the Department of Internal Affairs is carried out today both in educational organizations and research institutions of various types and types, and directly at the duty stations. It is integrated into the unified all-Russian system of professional training, as well as consistently forms, supports and improves the professional skills of the personnel of the internal affairs bodies and covers the entire period of service of employees.

Any professional activity imposes certain requirements on a person and leaves a peculiar imprint on his personality and the whole way of life. In order to determine what personal qualities that determine the effectiveness of professional activity an employee of the internal affairs bodies should possess, it is necessary to analyze this activity itself, identify its specific features, and reveal its structure. Finding out the patterns of professional activity allows not only to study it, but also to develop a system of organizational measures aimed at its improvement.

Terminology is the basis of the language of science. The analysis of the laws and peculiarities of terminology development is the primary task of terminology as a science, since “without this, modern terminology is in danger of becoming a purely descriptive science, fixing certain aspects of the layers of special vocabulary.” [1]

To date, the term-formation processes have taken on a global scale, as there is a constant international exchange of terms. All this necessitates the study of not only technical, but also humanitarian terminological systems. [2]

The improvement of the vocational training system involves a comprehensive analysis of the historical background and the current state of the education system. The study of foreign experience contributes to the comprehensive analysis and identification of problematic issues. It seems rational to use foreign experience. The law enforcement system of the United States of America and the police education system have a long history and can serve as a useful source of empirical material. And the results of a systematic study conducted by the New Jersey Police Education Commission, which are reflected in the book «Basic Course for Police Officers», are a very useful resource. This source contains not only detailed information about the skills and abilities formed by law enforcement officers, but also the ways and methods they use to form these skills and abilities. The structure of this publication also contributes to the effectiveness of its use, it is divided into functional areas and this allows the researcher to focus on a certain direction. We are interested in functional areas devoted to professional development, police relations with the public, first aid, as well as a section that includes the practical application of the proposed techniques, but studying the entire source allows us to trace the logic of the formation of a professional police personality through the prism of the education system in the United States.

In this edition, the sixth section is devoted to police communication, and from it we understand that it is aimed at developing skills for effective and professional communication through written, oral and mechanical media.

This section explains in detail the importance of taking notes and compiling reports. He points out various ways to use the officer's notes and discusses the information that should be included in them. In simulated situations, listeners will have the opportunity to take notes based on specific data.

In this section, we can find the elements that are present in a satisfactory police report. It discusses the qualities of a good report and describes the areas of information that are covered by the full report. The practice in organizing and writing the report is given, the use of the correct English language and the correct construction of sentences are emphasized. Each language reflects the specifics of the relevant legal system. [3]

This section also presents the elements that are present in practice. To begin with, the report (report) is being discussed. It discusses the qualities of a good report and describes the areas of information that are covered by the full report. The practice of organizing and writing a report is given, special attention is paid to the correct use of the English language and the correct construction of sentences

The future officer will be able to collect and analyze relevant information and present it in an objective, clear and concise form that will meet the needs of the personnel using this information.

In addition, telephone conversations of law enforcement officers with different types of persons in different conditions are analyzed. Effective telephone conversations that create a positive image of the police and promote good relations with the public are described in detail.

A future officer can communicate by telephone with all types of persons in various conditions in a way that will contribute to effective police service and the formation of a positive attitude of society towards a law enforcement officer.

This section examines telephone conversations between law enforcement officers and different types of people in different settings. Effective telephone communications that create a positive image of the police and promote good relations in society are described in detail. In simulated situations, listeners will have the opportunity to answer various types of calls from people seeking help.

When communicating by phone, the future officer determines what a police officer should achieve in a telephone conversation in order to promote a positive image of the police and effective communication. This response will include:

- A. Prompt response;
- B. Appropriate greeting and identification;
- C. Polite listening;

- D. Accurate recording of information;
- E. Demonstrated interest and sincerity;
- F. Fast and accurate call routing;
- G. Providing the requested service or information; and
- H. Politely ending the conversation.

Special attention is paid to verbal and non-verbal communication.

This section presents the main problems of oral communication between a law enforcement officer and the public. It identifies the various foundations behind sound and responsible communication, and presents those areas in language and actions that an officer should avoid when communicating with citizens.

The future officer communicates with various segments of society in such a way as to increase the effectiveness of the police service and the positive attitude of society towards the police.

The future officer must identify the appropriate communication skills needed to communicate with the public and identify language factors that could contribute to a negative public reaction in order to avoid them. These factors will include: profanity, offensive language, ethnically offensive terminology, and slang.

In addition, it is important to take into account non-linguistic factors that may contribute to a negative public reaction. These factors will include: officious and domineering manners, disrespectful attitude/arrogance, officious tone of voice and use of body language. The closer to our time, the more words-terms increase in their composition and improve in their structure. [4] If we consider the quantitative ratio of one-component terms with two/three-component terms, then there will be fewer of the latter in any language. This is due to the tendency to save language resources, which is one of the most powerful internal trends manifested in various languages of the world. Saving actions in one link do not remain without consequences.[5]

Professional skills are one of the main requirements for an employee of the internal affairs bodies today, since the level of professional training determines the ability to effectively solve the tasks assigned to him. In this regard, it is difficult to overestimate the importance of systematic, continuous professional education of police officers in modern forms and methods of work.

The system of continuous professional education of employees of internal affairs bodies is an organized and purposeful process clearly regulated by departmental regulatory legal acts, during which employees acquire special knowledge, skills and abilities necessary for the successful performance of official duties throughout their service.

The study and understanding of the national historical experience make it possible to trace the genesis and evolution of professional training as the basic basis for effective law enforcement, to find ways to solve organizational and pedagogical problems that arise in the organization and implementation of continuing professional education of police officers.

Do not underestimate the understanding of foreign experience in the study of problems of domestic education. The work of foreign researchers of a theoretical and practical nature is becoming a serious help in the study of the training system for law enforcement officers. And the study of authentic sources reflecting all aspects and logical foundations of foreign education helps to understand the mechanism of the police officer training system in foreign countries using practical examples.

The authentic source we have studied fully meets our goals. The book «Basic course for police Officers» is intended for teachers studying the specifics of police training in the United States. Using the example of police training in New Jersey, the authors of the study conduct a large-scale analysis and systematization of all areas of police training in the United States. This source allows us to obtain authentic material for our research and a comparative analysis of the two educational systems in synchronic and diachronic aspects will allow us to bring our research to a new qualitative level.

1. Grinev St. Introduction to Terminology. - M.: Moscow Lyceum, 1993. -309 S.
2. Z. Khasanova. S. Sublanguage and terminological system: correlation and specificity of terminological units [text] / Z. M. Frolov. S. Khasanova // A young scientist. — 2013. — No.2. — pp. 224-232

3. Martynova N.A. Structure and features of the terminological vocabulary of international law (on the example of English and Russian languages) // science and practice. 2015. No. 1 (62). pp. 157-161.
4. Martynova N.A. Structure and features of the terminological vocabulary of international law (on the example of English and Russian languages) // nauka i praktika. 2015. No. 1 (62). pp. 157-161.
5. T. Galushko. G. On the question of the evolutionary paradigm of language // www.amursu.ru/vestnik/3/
6. «Basic Course for Police Officers» prepared by Police Training Commission, updated April 2022, New Jersey 2022, 301pp

Martynova N.A.

Similarities and differences in the legal terminology systems of England and Russia

*Oryol Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation
(Russia, Orel)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-144

Abstract

The article examines the linguistic features of the legal systems of England and Russia, analyzes their main characteristics, including the characteristics of the prevailing laws of England and Russia.

Keywords: England, Russia, law, law, constitution, judicial precedent, terminology, terminology system.

Аннотация

В статье рассмотрены лингвистические особенности правовых систем Англии и России, проведён анализ их основных характеристик, включая характеристики главенствующих законов Англии и России.

Ключевые слова: Англия, Россия, закон, право, конституция, судебный прецедент, терминологическая лексика, терминосистема

The differences between the legal systems of England and Russia are based on the fact that the Anglo-Saxon legal family is represented in England, and the Romano-German family in Russia. According to the Anglo-Saxon legal family, there is statutory and case law, which differs significantly from the system of laws on which the Romano-German legal family is based. However, there are similar features between the law of England and the normative legal acts of the Russian Federation.

Each branch of knowledge operates with its own terms, which form the essence of the terminological system of this science. Terms exist within a certain terminology, that is, they enter into a specific lexical system of the language, but only through the medium of a specific terminological system. Unlike words in a common language, terms are not related to context. Within this system of concepts, the term should ideally be unambiguous, systematic, stylistically neutral. Terms and non-terms (words of the national language) can merge into each other. Terms are subject to the word-formation, grammatical and phonetic rules of a given language, are created by terminology of words of the national language, borrowing or calculating foreign language terms of elements. Each language reflects the specifics of the relevant legal system. [1]

The organizing principle for highly specialized terms is the presence in each of the terms of the systems and in terminology (as a general set of special words) of standard categories of concepts, according to which the main body of terms is distributed. Traditionally, researchers count nine such categories (subjects, processes, states, quantities, modes, properties, units of measurement, sciences and industries, professions and occupations). Within the industry terminology, its classification by one or another attribute will always have its own, often unique character, especially if thematic groups are isolated within terminological associations formed on the basis of universal categories of concepts. And the very number of these categories may vary depending on the degree and completeness of the coverage of the industry terminology of the relevant field of knowledge.

Terminology is the basis of the language of science. The analysis of the laws and peculiarities of terminology development is the primary task of terminology as a science, since “without this,

modern terminology is in danger of becoming a purely descriptive science, fixing certain aspects of the layers of special vocabulary.” [2]

It is quite difficult to conduct a study of the systems of legal terms and concepts in English and Russian, since it is necessary to deal not so much with the terms themselves as with different legal systems (as is known, there are deep differences between Russian codified and Anglo-American patent law, which manifest themselves, including and at the level of terminology).

To date, the term-formation processes have taken on a global scale, as there is a constant international exchange of terms. All this necessitates the study of not only technical, but also humanitarian terminological systems. [3]

Firstly, statutory law is a set of laws. In Russia, all established legal relations in society are based on laws. Secondly, statutes (laws) are created by the legislative bodies of England, local authorities. Similarly, regulatory legal acts of the Russian Federation are being created. The main constitutional principle of power in Russia is the separation of powers into legislative, executive and judicial, an independent role is performed by the President of the Russian Federation. Thus, the legislative bodies are responsible for the creation of laws, as well as for their adoption from the signing by the President of the Russian Federation. Thirdly, there is a hierarchy of laws in England and Russia. In England, acts of legislative bodies have more legal force than acts of executive bodies; acts of state bodies have more legal force than acts of local bodies. In England, there is an unwritten Constitution, that is, there is no single codified law. However, there are various laws that can be attributed to a number of constitutional ones. They, in turn, also have a hierarchy of acceptance times:

1. Legal acts adopted before the 20th century, but still in force: Magna Carta (1215), Habeas Corpus Act (1679), Bill of Rights (1689);
2. Laws adopted in the 20th century: on Parliament (1911, 1949); on Peers (1958, 1963), on the House of Commons (1978), the Statute of Westminster (1931);
3. Acts adopted by the executive branch on the basis of rights delegated by Parliament (acts of ministers of the Crown, among which orders of the Privy Council issued on behalf of the British Monarch (Queen) play an important role;
4. Acts of local authorities and public corporations.

There is also a hierarchy in Russia, but the Constitution of the Russian Federation is at the head of all laws. Constitutional (state) law is a branch of law that enshrines the foundations of the social and state structure of the Russian Federation, the foundations of the legal status of citizens, the system of public authorities, depending on the separation of powers, their structure and powers [4]. Constitutional law occupies a leading position in the country's legal system. Its norms are enshrined in the Constitution of the Russian Federation. In turn, the norms of other branches of law, enshrined in various normative legal acts, are based on constitutional law and the Constitution of the Russian Federation, and should not contradict them. The Constitution of the Russian Federation has the highest legal force, proclaims the highest value of the state of human rights and freedoms, the principles of government and the powers of senior officials. The subsequent hierarchy of Russian laws is as follows:

1. The Constitution of the Russian Federation is the basis for the entire legislation of the Russian Federation, on its basis both federal legislation and legislation of the subjects of the Russian Federation are adopted.
2. Norms and principles of international law, which are a priority in solving these issues, as well as international treaties of the Russian Federation with other countries. Part 4 of Article 15 of the Constitution of the Russian Federation states that international treaties of the Russian Federation, principles and norms of international law are elements of the Russian legal system, and in the event of a conflict between the norms of international and Russian law, the norms of international law have precedence [5].
3. The next element in the hierarchy of the legal system are the Federal Constitutional Laws (hereinafter referred to as the FKZ). Federal constitutional laws are state legal acts that have legal force and are adopted exclusively on issues directly provided for in the Constitution of the Russian Federation.

4. The fourth element of the legislative system is codified laws, which contain the norms of a certain branch of law: criminal, administrative, civil and so on.
5. The fifth element of the regulatory framework is federal laws, which also do not contradict the Constitution of the Russian Federation and are adopted in accordance with the FCZ, as the most detailed explanation of the provisions of the FCZ.
6. The sixth element of the legislative system is the decrees of the President of the Russian Federation. They are lower in legal force than the laws, but they are issued on the basis of the Constitution of the Russian Federation and federal laws. Decrees are usually issued by the President of the Russian Federation in case of legislative gaps or amendments to legislation in various spheres of society.
7. The seventh element of the legal system is the normative legal acts of the Government of the Russian Federation. These are, for example, orders and resolutions that clarify and specify the norms contained in the decrees of the President of the Russian Federation, which are aimed at their implementation.
8. The eighth element is the normative legal acts of the central federal executive authorities of the Russian Federation. These are various orders and resolutions of federal ministries and departments.

Fourth, when considering the English norms on judicial precedent from the point of view of the classical features of the rule of law adopted in Russia, it can be noted that the norms of judicial decisions are also guaranteed by the state. They also have a sign of general obligation, that is, they are mandatory for all subjects that are within the scope of the norm – in the same situation that the English court considered and created a binding precedent. The formal certainty of case law is less than that of legislative norms, since in England there is no generally recognized method of distinguishing case law from court decisions, but at the same time, the case law quite definitely indicates the rights and obligations of subjects of legal relations.

In addition, it is important to take into account non-linguistic factors that may contribute to a negative public reaction. These factors will include: officious and domineering manners, disrespectful attitude/arrogance, officious tone of voice and use of body language. The closer to our time, the more words-terms increase in their composition and improve in their structure. [6] If we consider the quantitative ratio of one-component terms with two/three-component terms, then there will be fewer of the latter in any language. This is due to the tendency to save language resources, which is one of the most powerful internal trends manifested in various languages of the world. Saving actions in one link do not remain without consequences.[7]

Thus, despite the complexity of comparative study and analysis of two different terminological systems, the coincidence of structural classifications of complex words in English and Russian makes it possible to identify interlanguage correspondences. Based on the most common features, appropriate general terms can be selected from the entire variety of terms and definitions.

The research and analysis of the factual material showed that the following trends and patterns operate in the vocabulary of the English and Russian languages: mass word formation in the field of neutral and especially terminological vocabulary; the process of borrowing terms; calcification; regeneration of archaisms; clarification of terminology; the presence of synonyms; the growth of antonymic series; activation of suffixal and affixal word formation; an increase in analytical methods in terminology formation; self-enrichment of language through reinterpretation, synonymy and antonymy; all this indicates the intensive evolution of the English and Russian terminological system.

Each professional field is characterized by a certain terminology. The terminology of this field has distinctive features. Within this system of concepts, the term should ideally be unambiguous, systematic, stylistically neutral. Terms are subject to the word-formation, grammatical and phonetic rules of a given language, are created by terminology of words of the national language, borrowing or calculating foreign language terms of elements.

The essential difference is that judicial precedent acts as a source of law for the countries of the Anglo-Saxon legal system, including for England. In the Russian Federation, judicial precedent is not singled out as an official source of law, but judicial practice and the plenums of the Supreme and

Constitutional Russian Federation are taken into account when resolving specific cases, and are of a recommendatory nature for the law enforcement officer.

1. Martynova N.A. Structure and features of the terminological vocabulary of international law (on the example of English and Russian languages) // science and practice. 2015. No. 1 (62). pp. 157-161.
 2. Grinev St. Introduction to Terminology. - M.: Moscow Lyceum, 1993. -309 S.
 3. Z. Khasanova. S. Sublanguage and terminological system: correlation and specificity of terminological units [text] / Z. M. Frolov. S. Khasanova // A young scientist. — 2013. — No.2. — pp. 224-232
 4. Kutafin, O. E. The subject of constitutional law. Moscow: Jurist, 2010. – p. 12.
 5. The Constitution of the Russian Federation: [adopted on December 12, 1993 by popular vote] // Rossiyskaya gazeta. – 1993.
 6. Martynova N.A. Structure and features of the terminological vocabulary of international law (on the example of English and Russian languages) // nauka i praktika. 2015. No. 1 (62). pp. 157-161.
 7. T. Galushko. G. On the question of the evolutionary paradigm of language // www.amursu.ru/vestnik/3/
-

РАЗДЕЛ X. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Авдаков И.Ю.

Становление и расцвет японского высокоскоростного наземного транспорта в ходе научно-технической революции

*Институт востоковедения РАН
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-145

Аннотация

Научно-техническая революция началась во второй половине XX столетия. Она ознаменовалась существенным изменением во взаимодействии науки и производства: многие отрасли экономики стали полностью зависеть от науки. В области транспорта научно-техническая революция выразилась в появлении высокоскоростных пассажирских поездов, грузовых контейнеров, автоматизации сигнальных систем и погрузок, использовании электромагнитных двигателей.

В Японии научно-техническая революция вывела страну в мировые лидеры в области транспорта. Страна вошла в историю как создатель первых в мире высокоскоростных пассажирских железных дорог – синкансен. Японский опыт создания скоростных железных дорог был использован передовыми западноевропейскими странами, а впоследствии Китаем и некоторыми странами Южной и Юго-Восточной Азии. В то же самое время Япония стала одной из крупнейших в мире автомобильных держав. Гигантские автомобильные компании создавали конкурентоспособные на мировых и местных рынках легковые и грузовые автомашины, автобусы и мотоциклы, обеспечивая грузо-и пассажирские перевозки по высокотехнологичным дорожным магистралям. В ходе научно-технической революции был создан современный городской транспорт, построены мощные авто-и железнодорожные мосты и тоннели. Однако к началу четвертой промышленной революции (конец XX – начало XXI столетия) Япония стала терять свои лидирующие позиции в области развития транспорта в Азии, уступая место Китаю/

Ключевые слова: научно-техническая революция, промышленная революция, синкансен, высокоскоростные железные дороги, городской транспорт.

Abstract

The scientific and technical revolution began in the second half of the XX century. It meant the significant change in the interaction between production and science: production often began to depend on science. In the field of transport the scientific and technical revolution was expressed in the creation of high-speed passenger trains, freight containers, automatic signal systems and electro-magnetic engines.

The scientific and technical revolution brought Japan to the world leaders in the field of transport in the second half of the XX century. Forever Japan went down in history as the creator of the world's first high-speed passenger express ways – shinkansen. The shinkansens were the crowing achievement of scientific and technical creativity in the field of railway transport in the last century. The Japanese experience of creating high-speed railways is used in many advanced European countries, China and some countries of South and Southeastern countries. At the same time Japan became one of the large automotive powers. Giant car companies have created cars and trucks, buses and bikes competitive in international and national markets. Japan has created a modern maritime transport on the basis of the introduction of scientific know how. It reconstructed and modernized ports, built powerful ships. Japan has taken a leading position in global shipping. The modern urban transport, big auto-and railway bridges and tunnels were built during the third industrial revolution. However Japan began to lose its leading position in the field of transport, giving way to China.

Keywords: third industrial revolution, scientific and technical revolution, shinkansen, high-speed railways, urban transport.

Научно-техническая революция (иначе называемая третья промышленная революция) означает существенное изменение взаимодействия науки и производства. Многие производства стали основываться на трансформации атомно-молекулярной структуры вещества и, значит, полностью зависеть от науки. Энергетической основой технического перевооружения в некоторых отраслях экономики частично начала служить ядерная энергия. [Широков, 1998, с. 215].

Научно-техническая революция началась во второй половине XX столетия. Её проявлением, как справедливо отмечает А.В. Акимов, было «распространение с 60-х годов XX в. компьютеров и цифровых технологий, которые стали возможны в результате развития полупроводниковых устройств. Дешевающие устройства способствовали широкому распространению компьютерной техники». [Акимов, 2018, с. 94]. Безусловно, ей было имманентно широкое применение робототехники. В области транспорта она выразилась в осуществлении контейнерных перевозок, автоматизации разгрузок поездов гидравлическими машинами, автоматизации сигнальных систем, использовании электромагнитных двигателей и пр.

В ходе этой революции транспорт Японии шёл в ногу и даже зачастую обгонял западноевропейский и американский уровень развития. Если в 1950-х годах научно-технический прогресс в этой стране больше охватил железнодорожный транспорт, то с середины 1960-х годов он быстрее шел на автодорожном транспорте. [Авдаков, 2012, с. 99-105].

Золотой век японских железных дорог

Оживление экономики и последовавший за ним бурный ее рост с середины 1950-х годов поставил вопрос о необходимости реконструкции главной железной дороги Японии — Токайдо. Существующую магистральную дорогу было решено дополнить новой железной дорогой и автомагистралью. Строительство стало предметом бурных дискуссий в среде профессионалов, что находило свое отражение и в средствах массовой информации. Выявились две позиции по данному вопросу: первая — строить железную дорогу аналогичную существующей, то есть узкоколейную, вторая — дорогу нового поколения с широкой колеёй. Вторую точку зрения поддержал и активно отстаивал Сого Синдзи, президент государственной корпорации «Кокутэцу». Он привлек к работе вышедшего в отставку начальника Отдела подвижного состава и

механической техники Сима Хидео, назначив его вице-президентом «Кокутэцу» по технике.

В 1957 г. Научно-исследовательский институт железнодорожной техники (Тэцудо Сого Гидзюцу Кэнкюдзё) подготовил техническое обоснование создания новой железной дороги со стандартной колеёй, в соответствии с которым скоростные электромоторные поезда смогли бы преодолевать расстояние между Токио и Осакой (515 км) за 3 часа. В августе 1957 г. Министерство транспорта образовало Комитет по исследованию магистральных железных дорог «Кокутэцу» («Нихон Кокою Тэцудо Кансэн Тосакай»), которому было поручено провести тщательный анализ предложений строительства железной дороги и выбрать из них наилучшее. В результате проведенного анализа и при активной позиции руководителей «Кокутэцу» С. Сого и Х. Сима Комиссия после долгих колебаний пришла к окончательному выводу о перспективности строительства сверхскоростной линии синкансэн между Токио и Осака. Строительство Токайдо синкансэн началось в 1959 г. и к началу Олимпийских игр 1964 г. в Токио первая в мире сверхскоростная линия синкансэн была открыта. [Eiichi Aoki., 2000, pp. 138-142].

В 1964 г. максимальная скорость поездов на этой линии была 210 км в час. Так, синкансэн «Кодама» преодолевал расстояние между Токио и Осака за 4 часа, а появившийся в 1965 г. «Хикари» уже за 3 часа 10 минут. С появлением этой линии и усилением конкурентной борьбы за пассажирские перевозки с автомобильным транспортом начались изменения в

расписании движения поездов. Еще в 1961 г. «Кокутэцу» была вынуждена пересмотреть расписание в связи с вводом в эксплуатацию поездов «Лимитед экспресс» на еще 34 путях, доведя их число до 54. Эти скоростные поезда были весьма комфортабельны: имелись кондиционеры, система резервирования мест и т.д. До появления сверхскоростной линии синкансэн между Токио и Осака функционировало только четыре «Лимитед экспресс» в каждую сторону. [Eiichi Aoki., 2000, pp. 138-142].

С самого начала на линии синкансэн стали использоваться 14 двенадцативагонных «Хикари» и 12 таких же «Кодама» ежедневно в направлении туда и обратно. Частота подачи поездов увеличилась. Во время Осакой международной выставки 1970 г. 3 шестнадцативагонных «Хикари» и 6 двенадцативагонных «Кодама» отправлялись ежечасно. По закрытии выставки три «Хикари» и три «Кодама» ежечасно отправлялись на встречных направлениях. Протяженность сверхскоростной линии синкансэн росла, увеличивалось число перевозимых пассажиров: со 100 млн. человек в июле 1967 г. до 200 млн. человек в марте 1969 г. и 300 млн. человек к июлю 1970 г. Уже на третий год функционирования этой линии доходы превысили расходы (включая процент на заемный капитал и амортизационные отчисления).

Экономический эффект сверхскоростной линии синкансэн Токайдо стимулировал начало строительства 554-километровой линии Санъё, идущей от Осака до Хаката (Фукуока, о. Кюсю). Максимальная скорость движения на этой линии была 260 км в час. Линия проходила по многим тоннелям, в том числе 18,7-километровый тоннель Син Каммон под проливом Каммон. Интерес и спрос на синкансэны возрос во многих районах страны. В результате в 1970 г. был обнаружен Закон о национальном развитии сверхскоростных линий синкансэн. В соответствии с этим Законом были построены 497-километровая линия Тохоку синкансэн (Токио–Мориока, север о. Хонсю) и 270-километровая линия Дзёэцу, идущая от станции «Омия» (30 км к северу от Токио) до Ниигаты (побережье Японского моря). По закону всего предполагалось построить 7000 км путей таких линий, включая уже построенные Токайдо и Санъё. Но все линии, кроме Токайдо и Санъё, были нерентабельны. Строительство некоторых из линий приостановилось. [Satoru Sone, 1994, p. 4-8]. Тем не менее создание сети синкансэн было революционным переворотом в железнодорожном транспорте Японии, повлиявшем впоследствии на развитие железнодорожных пассажирских перевозок в Европе, а затем и Азии. Большая заслуга в этом достижении XX в. принадлежит руководству и инженерам «Кокутэцу».

Расцвет автомобильного транспорта

В ходе третьей промышленной революции экономические, политические, социальные, экологические, демографические и другие проблемы крупных городов привели к тому, что правительство приняло меры для рассредоточения промышленности за счет перевода многих предприятий из крупных городов в индустриально менее развитые районы. Такая политика имела определенный успех. Государству удалось создать зоны с развитой инфраструктурой в прибрежных, сельских и отдаленных районах. Однако правительственные, культурные, научные, образовательные, информационные учреждения и бизнес-центры все больше концентрировались в крупных городах. Сосредоточение населения и учреждений в городах вело к росту потребления услуг городского транспорта, а рассредоточение производства — пригородного и межгородского транспорта. Начался расцвет автомобилестроения. Если в 1965 г. число автомобилей составляло 8 млн., а в 1975 г. — 23 млн., то в 1985 г. — уже 48 млн. автомашин. [Eiichi .., 2000, p. 149].

В 1952 г. стартовало послевоенное производство отечественных автомашин, использовавшихся преимущественно городское такси. Национальные автосборочные предприятия заключали соглашения с известными зарубежными компаниями с целью освоения передовой западной технологии. В Японии появились совместные предприятия: Ниссан – Остин, Хино – Рено и Исудзу – Хиллман. Но они просуществовали недолго, выполнив своё основное предназначение – японцы освоили передовые технологии для производства малогабаритных индивидуальных автомобилей. Министерство внешней торговли и промышленности предприняло решительные меры для поддержки и защиты японского автопрома, включая преференции в деле использования иностранной валюты для приобретения

новой технологии, ограничения на импорт иностранных автомобилей и финансовую помощь для собственного производства деталей автомашин. [Japan..., 1993, p. 86].

Эти меры дали быстрый и убедительный эффект. В 1960-е годы производство автомобилей увеличивалось небывало быстрыми темпами. Возникли крупные автомобильные гиганты: Тоё Когё Компани Лимитед (переименовано позже в Мазда Мотор Корпорейшн), Фуджи Хэви Индастриз Лимитед; Дайхацу Мотор Компани Лимитед и Хонда Мотор Компани Лимитед.

На волне нефтяного кризиса 1970-х годов резко возрос спрос на энергосберегающие малолитражные автомашины. В результате к 1985 г. доля Японии на американском рынке автомашин возросла до 25%. [Japan..., 1993, p. 86].

Но еще значительно возросло значение автопрома и автомобильного транспорта в самой Японии.

Резко возросло значение автодорожного транспорта. Чем же можно объяснить столь значительное увеличение роли автомобильного и падение роли железнодорожного транспорта в перевозках грузов Японии?

Во-первых, уменьшение роли железнодорожного транспорта в перевозках грузов (пусть и не столь резкое) наблюдается во многих развитых странах. Если сравнить изменение роли грузовых железнодорожных перевозок Японии с такой, имеющей также островное положение, развитой европейской страной, как Англия, то мы увидим, что в Японии за 30 лет (с 1965 г. по 1995 г.) доля железнодорожного транспорта в перевозках уменьшилась с 30 до 4%, а в Англии — с 21 до 6%. Во Франции снижение доли железнодорожного транспорта в сопоставляемый период выражалось в следующих цифрах: 44 и 24%. [Yukihide Okano, 1994, p. 3].

Тенденция к уменьшению роли железнодорожного транспорта в перевозках грузов объясняется и сдвигами в структуре производства и перевозок в сторону несырьевых товаров и рационализацией размещения производительных сил по мере развития народнохозяйственного комплекса. А ведь в силу своих технико-экономических особенностей железнодорожный транспорт более экономичен для перевозок именно насыпных и наливных сырьевых грузов. При этом оптимальность транспортировки по железным дорогам обеспечивается ее дальностью. Именно относительно небольшая территория Японии и многих стран Европы объективно создала оптимальные условия для более выгодного функционирования автомобильного транспорта.

Во-вторых, немаловажной причиной отставания железнодорожного транспорта Японии от автотранспорта явились и субъективные факторы: меньшая гибкость государственной железнодорожной корпорации «Кокутэцу» в конкурентной борьбе с частными автомобильными компаниями. Выход на свободный рынок услуг и острая конкуренция стали той средой, в которой частные автомобильные компании чувствовали себя куда более комфортно по сравнению с государственной железнодорожной корпорацией. [Саакян., 2008, с. 207].

В-третьих, на уменьшение роли железнодорожного транспорта имел влияние и такой фактор, как незначительность государственных капиталовложений в развитие железнодорожной инфраструктуры, просто несопоставимых с капиталовложениями в автодорожную инфраструктуру.

В-четвертых, немалую роль в увеличении значения автомобильного и снижении железнодорожного транспорта сыграл экономический курс Японии на широкомасштабное строительство перерабатывающих импортное сырье заводов в портах. Появились целые портовые города, частично изменившие географическое размещение производительных сил. «Речь идет не о прибрежной полосе, давно заселенной и освоенной, а о создании рукотворной суши. Если старые металлургические заводы строились вблизи угольных шахт, то теперь они создаются «на воде» (имеются в виду насыпные, отвоеванные у моря, территории – И.А.) Этими словами знаток Японии В.В. Овчинников характеризует преобразования в транспортно-промышленной сфере этой страны. И далее он добавляет: «Став продолжением цехов порты сократили до минимума нужду в железнодорожных перевозках. Япония нынче практически не

знает товарных поездов. Железнодорожный транспорт олицетворяют сверхскоростные пассажирские экспрессы». [Овчинников, 2013, с. 206]. В результате грузы внутри страны перевозятся в основном судами каботажного транспорта на дальние расстояния и автомобильным транспортом – короткие и средние.

Автомобильный транспорт стал заметен в сухопутных перевозках. В стране к началу 1990-х годов на него приходилось уже около половины перевозок грузов и $\frac{2}{3}$ перевозок пассажиров. Быстро развивалась автодорожная сеть. В 1980-е годы государством была построена сеть скоростных автомагистралей общей протяженностью более 4 тыс. км. Она соединила все крупные города Японии. К началу 1990-х годов автомобильный парк составил свыше 60 млн. автомобилей. [Domestic, 2011, p. 130].

Гармоничное развитие городского и пригородного транспорта

Автомобильный транспорт вытеснил рикш с улиц крупных японских городов. Однако ограниченная пропускная способность городских дорог приводила к настоятельной необходимости быстрее развития других видов городского транспорта. Пропускная способность железных дорог, связывающих пригороды с центром крупных городов, отставала от растущих потребностей в перевозках. Только государственные железные дороги вели непосредственно к городскому центру в Токио, а частные железнодорожные линии, идущие из пригородов, заканчивались окружной линией государственной железной дороги Яманотэ сэн. Прибывавшие из пригородов пассажиры были вынуждены пересаживаться на неё или пользоваться трамваем. Особенно загружены в часы пик были пересадочные станции Синдзюку, Сибуя, Икэбукуро и некоторые другие. В целях нормализации положения разгрузки основных пересадочных узлов и рационализации перевозок была открыта вторая окружная железная дорога Мусасино сэн, позволяющая связывать между собой отдаленные районы пригородов и разгружать пересадочные станции на меньшей диаметром Яманотэ сэн. Мусасино сэн использовалась как для пассажирских, так и грузовых перевозок. Городская транспортная стратегия была успешно осуществлена, но опережающий рост населения ставил все новые задачи перед властями.

Расширение городской и пригородной железнодорожной сети не могло решить транспортную проблему городов без расширения сети метро. Первая линия метро в Японии была построена в Токио между станциями «Уэно» и «Асакуса» в 1927 г. (протяженность — 2,2 км). С тех пор строительство линий метро велось крайне медленно, что объяснялось особенностями транспортной политики в условиях милитаризации экономики. В результате к концу Второй мировой войны протяженность метро в Токио составила 14,3 км, а в Осака и того менее — 8,8 км. Для сравнения приведем лишь данные протяженности трамвайных линий в это время: в Токио — 200 км, в Осака и Нагоя — по 100 км. [Eiichi ..., 2000, pp. 95-98].

В послевоенном Токио строительство линий метро началось в 1950 г., а первая линия метро, соединившая Икэбукуро и центр Токио, была открыта в 1954 г. В 1959 г. она была продлена до Синдзюку, проходя под коммерческими центрами Токио и теперь известная как Маруноути сэн. Расширение сети метро Токио шло по двум основным направлениям. Первое — строительство линий метро муниципальными властями в дополнение к существующим линиям, принадлежащим независимой государственной корпорации «Тэйто Косокудо Коцу Эйдан». Второе — использование частных и государственных железных дорог для беспересадочных перевозок метро, что стало возможным в результате унификации подвижного состава и ряда других технических и организационных решений. Еще в 1960 г. были соединены между собой линии муниципального метро Асакуса сэн и частной железной дороги «Кэйсэй Дэнтэцу», а в 1968 г. — Асакуса сэн и частной «Кэйхин Кюко Дэнтэцу». В 1962 г. началось совместное использование линии Хибия сэн, принадлежащей «Тэйто Косокудо Коцу Эйдан», и частной железнодорожной компании «Тобу Тэцудо», а в 1964 г. Хибия сэн была соединена с линией, принадлежащей частной корпорации «Токю». Можно привести еще немало примеров соединения линий метро с частными и государственными железнодорожными линиями в Токио. [Eiichi..., 2000, pp. 156-158].

В другом крупнейшем городе Японии Осака совместное использование путей по линии муниципального метро Сакайсудзи сэн и двум линиям частной железнодорожной компании «Ханкю», Кёто сэн и Сэнри сэн, началось в 1969 г. А через 10 лет в Нагоя было налажено прямое сообщение линии метро Цуруми сэн и линии Тойота сэн частной железнодорожной компании «Нагоя Тэцудо». В результате к 1968 г. общая протяженность линий метро в Токио составила 100 км, а в 1986 г. — 200 км. В Осака в 1990 г. она достигла 100 км. В целом же протяженность линий метро в Японии превысила 600 км. Наряду с ростом протяженности линий метро наблюдалось уменьшение протяженности трамвайных линий. К 1969 г. трамвайные линии прекратили свое существование в Осака и в 1974 г. — в Нагоя. В Токио подавляющая часть трамвайных линий была снята и в настоящее время функционирует лишь одна — Аракава сэн (12,2 км). Продолжительность жизни троллейбусных линий в крупнейших городах Японии была еще меньше: в Токио — с 1959 г. по 1960 г. и в Осака — с 1953 г. по 1970 г. [Eiichi..., 2000, pp. 156-158].

Пока небольшую, но растущую роль в транспортной сети играет новый вид железнодорожного транспорта: монорельсы. Первая монорельсовая линия была открыта к началу Олимпийских игр 1964 г. между Токийским международным аэропортом Ханеда и центром Токио. До сих пор она является одной из наиболее загруженных монорельсовых линий — 180 тыс. человек в день. Всего в городах Японии насчитывается 10 монорельсовых и 10 линий дистанционного управления. Роль новых видов городского транспорта в перевозках пока еще незначительна по сравнению с обычной городской и пригородной железнодорожной сетью. Традиционно особо важную роль в ней занимают частные железные дороги. Зарождение и самобытное развитие японских городских и пригородных железных дорог в значительной степени определяли и ход их дальнейшего послевоенного развития.

В 1950–1960-е годы частные железнодорожные компании не только и не столько строили новые железные дороги, сколько совершенствовали старые линии. Создание жилых комплексов и целых городов-спутников явилось продолжением предыдущей стратегии крупных японских частных железнодорожных компаний. Оно поддерживалось властями, а в 1972 г. была провозглашена политика государственной финансовой поддержки частных железнодорожных компаний, строивших линии к новым жилым комплексам. Финансовая поддержка осуществлялась через (созданную еще в 1964 г.) государственную корпорацию «Нихон Тэцудо Кэнсэцу Кодан». С ее помощью была построена 22,6-километровая линия Сагамихара сэн, идущая к городу-спутнику Тамма Нью-Таун и 28-километровая линия железной дороги компании «Хокусо Кайхацу» к другому городу-спутнику Тиба Нью-Таун. В 1984 г. в Токио была введена в эксплуатацию известная 20-километровая линия компании «Токию» Дэн'эн Тоси сэн, идущая в Тамма Гардэн Сити — жилой комплекс в сельской местности, возведенный корпорацией «Токию». [Eiichi..., 2000, p. 162].

В целом пассажирский городской и пригородный транспорт развивался весьма быстрыми темпами.

В заключении следует отметить, что на волне научно-технической революции поднялся высокий уровень развития японского транспорта и транспортного машиностроения. Япония превратилась в один из мировых лидеров в этой области. Однако последовавшая за высокими и умеренными темпами роста экономическая депрессия привела к серьезным проблемам, которые начали препятствовать поступательному развитию транспорта в условиях начавшейся четвертой промышленной революции.

1. Авдаков И.Ю. Железные дороги Японии: от вестернизации до глобализации. М., 2012. С. 1-170.
2. Акимов А.В. Четвертая промышленная революция и формирование новой системы производительных сил: концепции и интерпретации. // Страны Азии и Африки в XXI в. М., 2018, с. 94.
3. Саакян Ю.З., Трудов О.Г., Савчук В.Б., Алексеев Е.А., Куротченко И.В. Мировой опыт реформирования железных дорог. М., 2008, с. 1-275.
4. Овчинников В.В. Два лика Востока. М., 2013. С. 1- 320. [Ovchinnikov V.V. Two Faces of the East. Moscow, 2013, pp. 1 – 320(in Russian)].

5. Широков Г.К. Парадоксы эволюции капитализма. М., 1998, с. 1-214. .
6. Eiichi Aoki, Mitsuhide Imashiro, Shinichi Kato, Yasuo Wakuda. A History of Japanese Railways 1872-1999. Tokyo, 2000. Pp. 1-256.
7. National Transportation Statistics Handbook. Tokyo, 1995. Pp.1-224
8. Japan. An Illustrated Encyclopedia. Tokyo, 1993, pp. 1-1993.
9. Satoru Sone. Future of High — Speed Railways. // Japan Railway & Transport Review. 1994, № 30, pp. 4–8.
10. Yukihide Okano. The Backdrop to Privatization. // Japan Railway and Transport Review. 1994, № 2, p. 3-5.

Айдынов М.Р., Боташева Л.С.

Влияние изменения объема производства на себестоимость продукции

*ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская государственная академия»
(Россия, Черкесск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-146

Аннотация

Данная статья посвящена анализу влияния изменений объема производства на производственные затраты в рамках производственной деятельности предприятия. В статье рассматриваются основные факторы, влияющие на затраты, связанные с увеличением или уменьшением объема производства, такие как прямые и косвенные издержки, экономия за счет масштаба и эффективность использования производственных ресурсов. В настоящее время анализируется, как изменения в объеме производства влияют на производственные затраты, тем самым влияя на конечную себестоимость продукции.

Ключевые слова: себестоимость, объем производства, издержки производства, прямые и косвенные расходы, калькулирование, производственные процессы.

Abstract

This article is devoted to the analysis of the impact of changes in production volume on production costs within the framework of the company's production activities. The article examines the main factors influencing the costs associated with an increase or decrease in production volume, such as direct and indirect costs, economies of scale and efficiency in the use of production resources. Currently, it is being analyzed how changes in production volume affect production costs, thereby affecting the final cost of production.

Keywords: cost, volume of production, production costs, direct and indirect costs, calculation, production processes.

Себестоимость продукции является важнейшим показателем экономической эффективности ее производства. Он отражает все аспекты экономической деятельности и аккумулирует результаты использования всех производственных ресурсов. От его уровня зависят финансовые результаты предприятия, скорость, с которой оно расширяет воспроизводство, и финансовое положение хозяйствующего субъекта.

Анализ затрат на продукты, проекты и услуги имеет большое значение в системе управления затратами. Это позволяет изучить тенденцию изменения ее уровня, установить отклонения фактических затрат от нормативов (нормативностей) и их причины, определить резервы снижения производственных затрат и оценить работу предприятия, чтобы воспользоваться возможностями по снижению производственных затрат.

Систематически в течение года предприятие должно проводить анализ затрат с целью выявления внутрипроизводственных резервов их снижения, а также для анализа уровня и динамики изменения стоимости продукции. Для этого используется ряд показателей. Основными являются такие показатели, как затраты на производство и реализацию всего объема товарной продукции, затраты на один рубль товарной продукции и себестоимость конкретного вида продукции [4].

Себестоимость производства - это общая стоимость, необходимая для производства определенного количества продуктов или услуг. Эти затраты включают прямые материальные

затраты (стоимость использования материалов), прямые затраты на оплату труда (вознаграждение непосредственных работников) и косвенные затраты (общепроизводственные расходы, такие как аренда жилья, электричество, управленческие расходы и т.д.). Рассчитав себестоимость производства, вы можете оценить, сколько ресурсов и затрат требуется для производства определенного продукта или услуги.

Деление затрат на прямые и косвенные зависит от способа отнесения затрат на себестоимость продукции.

Переменные расходы — это расходы, которые меняются прямо пропорционально количеству произведенной продукции.

Например, увеличение продукции в два раза приводит к двойному увеличению общих переменных расходов, при этом расходы на ед. продукции остаются величиной постоянной.

К переменным расходам относятся: сырье и материалы; сдельная оплата работников; электроэнергия, потребляемая промышленным оборудованием, и т.д.

Постоянные расходы – это такие расходы, которые в течение заданного периода в достаточно широком диапазоне объемов производства являются неизменными.

Например, к постоянным расходам относятся: амортизация зданий и сооружений; зарплата управленческого персонала; управленческие расходы; расходы на маркетинг; аренда офисов и производственных зданий, и т.д.

Общие постоянные расходы не меняются до определенного момента, пока уровень производства не становится слишком большим, в то время как постоянные расходы на ед. продукции изменяются пропорционально объему произведенной продукции.

Каждая организация в управлении затратами в праве использовать наиболее подходящий метод учета затрат, который прописывается в учетной политике [2].

Себестоимость производства включает в себя несколько основных компонентов, а именно:

1. Прямые материальные затраты: Это стоимость материалов, используемых в производственном процессе. К ним относятся сырье, комплектующие, полуфабрикаты и другие материалы, которые непосредственно участвуют в производстве конкретной продукции.
2. Заработная плата за прямой труд: Это вознаграждение за труд непосредственных исполнителей, которые непосредственно участвуют в процессе производства продукта. Этот вид заработной платы относится к прямым затратам, поскольку он напрямую связан с производством продукта.
3. Косвенные затраты: Сюда входят все прочие затраты, которые не включены в прямые материальные затраты и прямую заработную плату рабочей силы. Эти расходы могут включать амортизацию оборудования, аренду помещений, коммунальные платежи, заработную плату управленческого и обслуживающего персонала, расходы на рекламу, транспортные расходы и другие общепроизводственные расходы.

Для рассмотрения различных подходов к оптимизации себестоимости при изменении объема производства можно включить следующие аспекты в ваше исследование:

1. Методы управления запасами сырья и материалов для оптимизации закупочных цен и минимизации издержек связанных с хранением и управлением запасами.
2. Использование технологических инноваций и автоматизации производственных процессов для повышения эффективности производства и снижения трудоемкости.
3. Анализ структуры затрат с целью выявления возможностей снижения издержек на производство продукции.
4. Разработка гибких стратегий производства, которые позволят быстро реагировать на изменения объема производства и спроса на продукцию.

5. Применение концепции «Just-In-Time» для оптимизации цепей поставок и снижения затрат на хранение готовой продукции [5].

Подробное рассмотрение этих аспектов поможет выявить различные подходы к оптимизации себестоимости при изменении объема производства.

Принцип расчета производственных затрат заключается в тщательном учете всех этих составляющих затрат на каждую единицу продукции. Расчет себестоимости является важным этапом экономического анализа производства, поскольку он используется для формирования цен на продукцию и принятия управленческих решений.

Экономия за счет масштаба производства относится к снижению средней себестоимости единицы продукции по мере увеличения масштаба производства. Это связано с тем, что по мере увеличения объема производства многие затраты (например, косвенные издержки) распределяются по большему числу производственных единиц, что снижает среднюю себестоимость.

Затраты на крупномасштабное производство - это затраты, связанные с изменением масштаба производства, включая такие аспекты, как приобретение нового оборудования, расширение производственных мощностей и переподготовка персонала. Инвестиции в расширение производства могут быть крупными, но при правильной стратегии расширения они могут обеспечить значительную экономию за счет масштаба и повысить эффективность производства.

Управление запасами - это стратегия и практика управления запасами, необходимые для непрерывного производства продукции. Основной целью управления запасами является обеспечение бесперебойной работы производственного процесса с минимальными запасами сырья, комплектующих и материалов для снижения затрат на поддержание запасов и снижения рисков, связанных с избытком или недостатком запасов.

Эффективное управление запасами включает в себя оптимизацию уровня запасов, управление поставками, прогнозирование спроса, повышение эффективности складских запасов и минимизацию потерь при хранении. Также важно учитывать сезонные колебания спроса и изменения в производственных процессах [3].

Изменения в объемах производства оказывают существенное влияние на производственные затраты. Чем больше выпускается продукции, тем ниже себестоимость единицы продукции за счет эффекта масштаба. Объем производства может повлиять на распределение постоянных затрат по большему числу единиц, что приводит к снижению затрат.

От размера себестоимости напрямую зависят размер сбытовой наценки и возможный объем продаж. В рыночных условиях компания не может формировать цену реализации своей продукции путём простого добавления к производственной себестоимости необходимой ей сбытовой наценки, а вынуждена ограничивать предельную цену реализации среднерыночным уровнем цен.

Конкурентное преимущество всегда будет у тех производителей, чья себестоимость выпуска продукции оказывается ниже чем у конкурентов. И наоборот, компании с наиболее высокой себестоимостью производства продукции, всегда будут испытывать трудности со сбытом продукции и финансовой устойчивостью, потому что их небольшой размер сбытовой наценки не позволит получать доходы, достаточные для покрытия всех затрат и получения прибыли.

Исходя из этого можно сказать что главной целью снижения себестоимости производства продукции является поддержание конкурентоспособности компании на рынке сбыта и обеспечение необходимого ей для развития размера прибыли.

Кроме того, по мере увеличения производства возможности и ресурсы могут использоваться более эффективно, можно приобретать дополнительные скидки на материалы и комплектующие и оптимизировать производственный процесс, что также помогает снизить затраты [1].

Следовательно, при анализе влияния изменения объема производства на себестоимость продукции следует учитывать эффект масштаба, потенциальные скидки и оптимизацию производственных процессов, чтобы принять взвешенное решение относительно оптимального объема производства.

Важно помнить, что при увеличении объема производства также могут возникнуть дополнительные затраты на расширение производственных мощностей, обучение персонала и увеличение запасов, что также должно быть учтено в анализе эффекта изменения объема производства на себестоимость продукции.

1. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / под. ред. А. П. Гарнова. М.: ИНФРА-М, 2019. 365 с.
2. Каманина Р. В. Экономика предприятия (фирмы): конспект лекций. М.: Издательский дом «Научная библиотека», 2019. 412 с.
3. Каманина Р. В. Теория и практика управления рисками в предпринимательской деятельности // Международная научно-практическая конференция (VI найденовские чтения) «Инновационные процессы и культура предпринимательства на потребительском рынке товаров и услуг»: (Москва, 16–18 апреля 2019): труды, в 2-х частях. / Под ред. Ю. В. Рагулиной. М.: Издательский дом «Научная библиотека», 2020. С. 26–28.
4. Каманина Р. В. Организация предпринимательской деятельности: конспект лекций. М.: Изд-во Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, 2019. 231 с.
5. Каманина Р. В. Особенности развития малого предпринимательства в России // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2021. №5. С. 76–82.

Акбаева Л.Р., Байрамукова А.Д., Боташева Л.С.

Применение искусственного интеллекта для решения проблем бухгалтерского отчета на предприятиях

*Северо-Кавказская Государственная Академия
(Россия, Черкесск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-147

Аннотация

Бухгалтерский отчет является важным инструментом для учета и контроля финансовой деятельности предприятия. Он предоставляет информацию о финансовом состоянии и результативности работы компании, что позволяет принимать обоснованные управленческие решения. Однако составление бухгалтерского отчета требует большого объема данных и аналитических расчетов, что делает этот процесс трудоемким и подверженным ошибкам. В современном мире технологий искусственный интеллект стал незаменимым инструментом для автоматизации многих бизнес-процессов, в том числе и бухгалтерского учета. Применение искусственного интеллекта позволяет упростить и ускорить процесс составления бухгалтерского отчета, а также уменьшить риск ошибок. Благодаря алгоритмам машинного обучения и автоматизированным системам обработки данных, компании могут получать точные и своевременные финансовые отчеты, что в свою очередь способствует принятию обоснованных стратегических решений.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, искусственный интеллект, бухгалтерская отчетность, финансовое состояние.

Abstract

The accounting report is an important tool for accounting and control of the financial activities of the enterprise. It provides information about the financial condition and performance of the company, which allows you to make informed management decisions. However, the preparation of an accounting report requires a large amount of data and analytical calculations, which makes this process time-consuming and error-prone. In the modern world of technology, artificial intelligence has become an indispensable tool for automating many business processes, including accounting. The use of

artificial intelligence makes it possible to simplify and speed up the process of compiling an accounting report, as well as reduce the risk of errors. Thanks to machine learning algorithms and automated data processing systems, companies can receive accurate and timely financial reports, which in turn contributes to making informed strategic decisions.

Keywords: accounting, artificial intelligence, accounting, financial condition.

Искусственный интеллект (ИИ) стал незаменимым инструментом в современном бизнесе, в том числе и в бухгалтерском учете. Применение искусственного интеллекта в бухгалтерской отчетности предприятий может привести к значительным улучшениям в различных аспектах процесса учета, финансового анализа и отчетности на предприятиях. Также искусственный интеллект может быть использован для решения проблем бухгалтерского отчета.

В 2023 году бухгалтерская отчетность остается ключевым инструментом для оценки финансового состояния компаний. Она предоставляет информацию об операционной деятельности предприятия, его финансовом положении и результативности, что важно как для внутренних управленческих решений, так и для внешних интересующихся сторон, включая инвесторов, кредиторов и правительственные органы.

В свете быстро меняющейся экономической среды и технологических инноваций, бухгалтерская отчетность в 2023 году подвергается некоторым изменениям и вызовам.

Одним из главных изменений в бухгалтерской отчетности является увеличение автоматизации процессов благодаря применению новых технологий, таких как искусственный интеллект и автоматизация с помощью роботов (RPA). Это позволяет улучшить эффективность и точность составления отчетности, снизить риск ошибок и обеспечить более оперативный доступ к финансовой информации.

Помимо этого, в связи с изменениями в мировых экономических условиях, таких как глобальные кризисы, введение новых международных стандартов бухгалтерской отчетности (МСФО) также остается актуальным вопросом. Компании подвергаются необходимости адаптировать свою отчетность в соответствии с требованиями этих стандартов, что требует дополнительных усилий в области анализа и интерпретации финансовой информации.

Еще одним важным аспектом бухгалтерской отчетности в 2023 году является увеличение прозрачности и учета стоимости социально-экологических факторов. Все больше компаний начинают учитывать такие аспекты, как социальная ответственность, устойчивость, управление рисками изменения климата и другие факторы, что отражается в их бухгалтерской отчетности.

Таким образом, бухгалтерская отчетность в 2023 году продолжает претерпевать изменения под воздействием технологических инноваций, требований МСФО и социально-экологических аспектов. Для компаний важно адаптироваться к этим изменениям, чтобы обеспечить актуальную и достоверную финансовую отчетность, которая отвечает современным стандартам и ожиданиям пользователей.

Одним из основных направлений использования искусственного интеллекта в бухгалтерии является автоматизация рутинных операций, таких как сбор, обработка и анализ данных, связанных с финансовым учетом. Это позволяет сократить время на выполнение рутинных задач и повысить эффективность работы бухгалтеров, и уменьшает вероятность ошибок.

Искусственный интеллект также может быть использован для прогнозирования финансовых показателей, анализа рисков и принятия управленческих решений. Алгоритмы машинного обучения способны анализировать большие объемы данных для выявления тенденций и прогнозирования финансовых показателей, что помогает более точно предсказывать будущие результаты предприятия и принимать более информированные решения.

Также применение искусственного интеллекта способствует улучшению контроля и предотвращению мошенничества: искусственный интеллект может быть использован для

обнаружения аномалий в данных, что помогает выявлять потенциальные мошеннические схемы или ошибки в финансовых операциях, а также улучшает контроль над финансами предприятия.

Кроме того, искусственный интеллект может быть использован для оптимизации налоговых платежей, выявления мошеннических схем и улучшения контроля над финансами предприятия. Это помогает предотвращать убытки и снижать риски для бизнеса. Искусственный интеллект может автоматизировать процесс вычисления налоговых обязательств и оптимизировать уплату налогов, что помогает снизить затраты на налоги и минимизировать налоговые риски.

Борьба с рисками и соблюдение требований законодательства тоже является преимуществом применения искусственного интеллекта в бухгалтерской отчетности. Алгоритмы искусственного интеллекта могут быть использованы для анализа рисков и управления ими, а также для обеспечения соблюдения законодательства в сфере финансового учета.

Важным аспектом применения искусственного интеллекта в бухгалтерской отчетности является обеспечение точности и достоверности данных. Автоматизация процессов учета и анализа данных снижает риск ошибок, а использование алгоритмов машинного обучения позволяет выявлять скрытые закономерности, что способствует предоставлению более достоверной финансовой отчетности.

Однако, несмотря на множество преимуществ, применение искусственного интеллекта в бухгалтерской отчетности также вызывает определенные проблемы и вызовы. Например, необходимость правильной настройки и обучения алгоритмов, а также обеспечение безопасности и конфиденциальности данных. Важно обеспечить защиту информации и учитывать возможные риски в области кибербезопасности. Использование искусственного интеллекта может повысить угрозу утечки конфиденциальной информации из-за возможности хакерского взлома или ошибок в алгоритмах обработки данных. Внедрение системы искусственного интеллекта требует значительных финансовых вложений, как на этапе внедрения, так и на этапе поддержания и обновления системы.

Для совершенствования применения искусственного интеллекта для решения проблем бухгалтерского отчета на предприятиях можно рассмотреть следующие пути:

1. Обучение персонала: обучение бухгалтерского персонала работе с системами искусственного интеллекта поможет им максимально эффективно использовать новые технологии для решения задач бухгалтерии.
2. Разработка специализированных программ и решений: разработка специализированных программ и решений, адаптированных к конкретным потребностям бухгалтерии предприятия, позволит повысить эффективность и точность работы с данными.
3. Оптимизация и совершенствование алгоритмов: постоянное обновление и совершенствование алгоритмов искусственного интеллекта для работы с бухгалтерскими данными поможет улучшить точность и скорость обработки информации.
4. Улучшение безопасности данных: реализация дополнительных мер безопасности, таких как шифрование данных, защита от хакерских атак и резервное копирование информации, поможет снизить риски утечки конфиденциальных данных.
5. Мониторинг и анализ результатов: регулярное отслеживание и анализ результатов работы системы искусственного интеллекта позволит выявить возможные ошибки и улучшить процессы работы с данными бухгалтерского учета.

В целом, применение искусственного интеллекта для решения проблем бухгалтерской отчетности на предприятиях является перспективным направлением развития бизнеса. Это позволяет повысить эффективность работы бухгалтерии, улучшить качество отчетности и

снизить риски для бизнеса. В результате, предприятия могут получить значительное конкурентное преимущество на рынке.

1. Богатая И.Н., Евстафьева Е.М. Исследование эволюции методических подходов к бухгалтерскому учету и аудиту оценочных значений в условиях цифровизации // Учет. Анализ. Аудит. 2020. Т. 7. № 6. С. 64–74.
2. Дружиловская Т.Ю., Дружиловская Э.С. Модернизация финансовой отчетности организаций в условиях цифровой экономики // Учет. Анализ. Аудит. 2019. Т. 6. № 1. С. 50–61
3. Петух А.В., Сафонова М.Ф. Современный аудит в условиях цифровизации экономики: проблемы и перспективы развития // Международный бухгалтерский учет. 2019. Т. 22. Вып. 10. С. 1154–1169
4. Таймазова Э.А. Перспективы цифровизации бухгалтерского учета // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2020. № 3. С. 165–169
5. Швырков А.И. Искусственный интеллект как философская проблема и искусственные интеллектуальные системы // НОМОТНЕТИКА: Философия. Социология. Право. 2022. Т. 47. № 4. С. 670–681

Аристархова М.Д.

Максимизация производительности: Роль сервис-деск систем в IT бизнесе

*Томский государственный университет
систем управления и радиоэлектроники
(Россия, Томск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-148

Аннотация

Данная статья рассматривает преимущества внедрения сервис-деск систем в IT компаниях, выделяя ключевые аспекты, такие как централизация управления, улучшение процесса обслуживания, повышение прозрачности и отчетности, улучшение коммуникации и стандартизация процессов.

Ключевые слова: сервис-деск системы, IT компании, управление IT сервисами, обслуживание пользователей, прозрачность, отчетность, коммуникация.

Abstract

This article examines the advantages of implementing service desk systems in IT companies, highlighting key aspects such as centralization of management, improvement of the service process, increased transparency and accountability, improved communication and standardization of processes.

Keywords: service desk systems, IT companies, IT service management, user service, transparency, reporting, communication.

Одним из ключевых преимуществ сервис-деск систем является централизация управления всеми запросами и инцидентами. Система позволяет собрать все обращения пользователей в одном месте, что делает процесс отслеживания и управления ими более простым и эффективным. Сервис-деск системы предоставляют инструменты для автоматизации многих аспектов обслуживания пользователей: назначение ответственных лиц, отслеживание статусов обращений, а также уведомление пользователей о состоянии их запросов. Благодаря этим функциям время реакции на запросы сокращается, что приводит к улучшению общего уровня обслуживания.

Сервис-деск системы предоставляют детальные отчеты о производительности службы поддержки, включая количество запросов, время реакции и разрешения, а также статистику по уровню удовлетворенности пользователей, что позволяет руководству компании получить ясное представление о работе службы поддержки, идентифицировать проблемные области и принимать обоснованные управленческие решения.

Такие системы обеспечивают эффективное средство коммуникации между сотрудниками службы поддержки и пользователями. Возможность предоставления обратной

связи и обмена информацией в режиме реального времени способствует более оперативному решению проблем и повышению удовлетворенности пользователей.

Внедрение сервис-деск систем позволяет стандартизировать процессы обслуживания пользователей в соответствии с лучшими практиками отрасли или внутренними стандартами компании, что способствует повышению эффективности работы службы поддержки и снижению вероятности возникновения ошибок.

Развитие и модернизация электронно-вычислительной техники, а также ее внедрение в различные сферы производственной и хозяйственной деятельности создали необходимость использования автоматизированных систем для организации деятельности на предприятиях. На мировом рынке информационных технологий существует множество систем, предназначенных для автоматизации обработки заявок на ремонт, техническое обслуживание информационных продуктов, услуг и физического оборудования - SERVICE DESK SYSTEMS. Организация службы поддержки - одна из наиболее важных идей, описанных в ITIL.

Давайте проанализируем некоторые преимущества этой идеи, некоторые из которых могут быть не сразу заметны со стороны. Service Desk - это специализированное функциональное подразделение, которое занимается обработкой конкретных сервисных событий, получаемых в виде запросов пользователей или предупреждений от систем мониторинга. Служба поддержки – это единая точка соприкосновения, связующее звено между поставщиками услуг, сервисами и пользователями. Организационная структура показана на рисунке 1.



Рисунок 1. Структура ServiceDesk.

Основной целью этой услуги является восстановление соответствующего уровня обслуживания как можно скорее. Это может быть устранение технических сбоев, выполнение запросов на обслуживание, планирование и выполнение рутинной работы, а также выполнение работ по обновлению служб для поддержания высокого уровня безопасности в контексте новых угроз. Зачем вам нужно внедрять автоматизированный сервис ServiceDesk? Такой серьезный проект внедрения в растущих и крупных компаниях является предметом масштабного анализа. Мы попытаемся сформулировать возможные ситуации в общих чертах:

- Пользователям удобно обращаться в единую службу поддержки;
- Поток запросов от пользователей увеличивается. Для того, чтобы обработать этот поток, необходимо разделить функции обрабатывающего приложения и его решения;
- Единый центр необходим для координации усилий различных ИТ-служб или отделов, контроля качества и сроков выполнения работ, а также решения задач при поддержке экспертов;
- Необходимо подсчитывать, проверять и отчитываться о качестве всех приложений, времени и способах решения проблем.

В настоящее время существует множество бесплатных, платных и довольно дорогих автоматизированных систем ServiceDesk. Некоторые компании предпочитают использовать аутсорсинг для организации ИТ-поддержки пользователей. Но в России это сопровождается многими трудностями, связанными с недостатками законодательной, налоговой и

образовательной базы. Такие вопросы могут создавать риски с точки зрения прав интеллектуальной собственности и раскрытия конфиденциальной информации; некоторые компании предпочитают использовать самообслуживание, поэтому рекомендации сводятся к платной системе для предоставления готовой и работающей среда для организаций ServiceDesk, и в то же время иметь возможность настраивать интерфейс и функции в соответствии с потребностями конкретных компаний.

Одной из самых популярных систем в России является система JIRA (рис.2). JIRA ServiceDesk сочетает в себе интуитивно понятный пользовательский интерфейс с поддержкой SLA, настраиваемой очередью запросов и отчетностью в режиме реального времени. ИТ-специалисты имеют возможность использовать свой родной язык в JIRA, точно так же, как клиенты имеют возможность использовать свой родной язык в JIRA ServiceDesk.

Существенным преимуществом системы JIRA является возможность решать некоторые задачи без создания приложений. Мощный инструмент поиска Confluence напрямую интегрирован в панель мониторинга JIRA ServiceDesk, так что конечные пользователи могут самостоятельно находить решения в базе знаний. Сторонним разработчикам предоставляются специальные инструменты для создания системных расширений и плагинов. Разработчики расширений могут загружать свои плагины для продажи в специальный раздел веб-сайта. Полный исходный код с лицензией разработчика доступен для академических и коммерческих заказчиков.

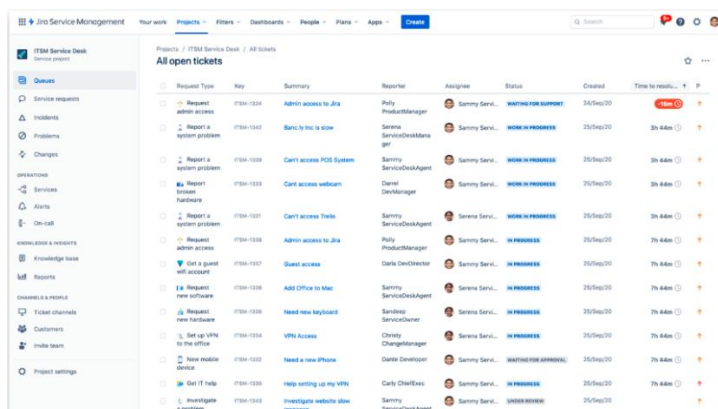


Рисунок 2. JIRA ServiceDesk.

Таким образом, внедрение системы уровня ServiceDesk JIRA предоставляет широкие возможности любой компании по предоставлению передовых ИТ-услуг и позволяет интегрировать систему таким образом, чтобы она полностью отвечала потребностям пользователей.

Сервис-деск системы представляют собой мощный инструмент для управления ИТ сервисами в компаниях. Они помогают повысить эффективность обслуживания пользователей, обеспечить прозрачность и отчетность, улучшить коммуникацию и стандартизировать процессы. Внедрение такой системы может стать ключевым шагом для современной ИТ компании, стремящейся к оптимизации своей работы и повышению уровня удовлетворенности клиентов.

1. Плескунов, М. А. Операционное исчисление : учеб. пособие для вузов / М. А. Плескунов ; под науч. ред. А. И. Короткого. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 141 с.
2. Сысолетин, Е. Г. Разработка интернет-приложений : учеб. пособие для вузов / Е. Г. Сысолетин, С. Д. Ростунцев ; под науч. ред. Л. Г. Доросинского. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 90 с

Афанасьева А.А., Кончагина Ю.А, Бичева Е.Е.

Влияние мирового рынка финансовых услуг на развитие национальной банковской системы

*Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-149

Аннотация

В данной статье анализируется влияние глобального рынка финансовых услуг на развитие национальных банковских систем. Исследуется, как международные санкции и стремление к технологическим инновациям влияют на стратегии и операционные схемы российских банков. Результаты исследования подчеркивают устойчивость сектора к внешнему давлению и внутренним проблемам на основе анализа данных последних лет о банковских учреждениях и их прибыльности. В работе представлены рекомендации для российских банков по повышению глобальной конкурентоспособности за счет технологического прогресса и стратегической международной интеграции.

Ключевые слова: санкции, мировой рынок финансовых услуг, нормативно-правовая база, национальная банковская система, экономическая стабильность.

Abstract

This article analyzes the impact of the global financial services market on the development on national banking systems. The article examines how international sanctions and the desire for technological innovation affect the strategies and operational schemes of Russian banks. The results of the study highlight the sector's resilience to external pressures and internal problems based on an analysis of recent years' data on banking institutions and their profitability. The paper presents recommendations for Russian banks on improving global competitiveness through technological progress and strategic international integration.

Keywords: sanctions, global financial services market, regulatory framework, national banking system, economic stability.

«Развитие финансового рынка и дальнейшая его интеграция в мировой финансовый рынок является одним из приоритетных направлений стратегии экономического развития Российской Федерации» [3, с.507]. Взаимосвязь между глобальным рынком финансовых услуг и национальными банковскими системами представляет собой сложную область для исследования. Цель данной статьи – изучить эту взаимосвязь и дать представление о проблемах и возможностях, с которыми сталкиваются российские банковские учреждения, ориентируясь в сложностях настоящего финансового ландшафта.

«Понятие финансового рынка место, где происходит момент совершения сделки между двумя, продавцами и покупателями каких-либо финансовых ресурсов и выступает совокупностью рынков: валютного, кредитного, фондового и рынка драгоценных металлов» [2, с.12]. Национальные банковские системы – это сеть банковских учреждений в стране, деятельность которых регулируется национальными законами и социально-экономической политикой. Они играют важнейшую роль в экономической стабильности и росте страны. Банки вносят свой вклад в глобальную финансовую экосистему и извлекают из нее выгоду, участвуя в трансграничных операциях, получая доступ к международным рынкам капитала и внедряя глобальные финансовые инновации. В тоже время, в настоящем, банковская система РФ сталкивается с беспрецедентным давлением со стороны мирового рынка финансовых услуг, выраженные в санкциях и других ограничениях. Под международные санкции попали более пятидесяти российских банков, в том числе такие крупные отечественные как Сбербанк, ВТБ, Совкомбанк, «Открытие» и «Тинькофф». При этом иностранные банки, такие как

Райффайзенбанк, ЮниКредит Банк, Дом.РФ, Ситибанк, ОТП Банк, Кредит Европа Банк, АТБ, Интеза и Фора-Банк, не пострадали, хоть и многие из них находятся в подвешенном состоянии и завершают выход из российского рынка. Эти санкции значительно ограничили доступ банков, попавших под санкции, к международным финансовым рынкам. Например, российским банкам запрещено выпускать еврооблигации и другие долговые инструменты на таких рынках, как Лондонская фондовая биржа и NASDAQ. Замораживание активов в западных банках, включая HSBC и Deutsche Bank, повлияло на операционные возможности частных лиц. Кроме того, введены ограничения на использование международных платежных систем, таких как Visa и Mastercard, для рублевых операций, а также запрещено использование некоторых иностранных финансовых технологий и программного обеспечения. Санкции также ограничивают некоторые валютные операции с иностранными контрагентами и ограничивают сотрудничество с западными банками и финансовыми институтами. Кроме того, существуют ограничения на предоставление кредитов и финансирование проектов с участием иностранных компаний, особенно в энергетическом, оборонном и технологическом секторах, что еще больше изолирует российские банки от глобальных финансовых систем.

Стоит отметить, что в настоящее время российские банки сталкиваются не только с санкциями, но и с проблемами собственной безопасности, такими как незаконное обогащение и хищение средств национальных банков, которые ранее плохо регулировались. Среди конкретных примеров – бывший глава Банка Москвы Андрей Бородин, который незаконно вывел из банка и страны 5 млрд долларов, бывший глава Межпромбанка с 2,5 млрд долларов и экс-владелец Внешпромбанка Георгий Беджамов с 2 млрд долларов. Введенные ограничения содвинули российские банки разрабатывать собственные технологии для усиления мер безопасности в ответ на изменения на мировом рынке финансовых услуг. Например, Сбербанк использует искусственный интеллект для предотвращения финансовых преступлений, анализируя огромные массивы данных для выявления различных способов попыток перевода денег, в том числе замаскированных под банковские операции клиентов. Е.В. Воробьева отмечает, что «используемые субтехнологии этого направления, такие как: компьютерное зрение, обработка естественного языка, распознавание и синтез речи, системы поддержки принятия решений повышают конкурентоспособность банковских структур, сокращают непроизводительные затраты, а, следовательно, повышают доходность в банковском секторе» [1, с.57].

Таблица 1

Динамика количества учреждений банковской системы в России с разбивкой по годам за 10 месяцев [4].

Год	Общее количество учреждений банковской системы	Учреждений Банка России	Кредитных организаций	Филиалов кредитных организаций	Количество учреждений банков в расчете на 1 млн жителей
2023	24 782	135	359	437	170
2022	25 269	135	362	465	172
2021	27 339	135	372	482	186
2020	29 032	135	416	573	198
2019	30 247	145	454	647	209

Таблица 2

Чистая прибыль и рентабельность капитала российских банков по итогам 9 месяцев 2023 года.

Банк	Чистая прибыль (млрд рублей)	Рентабельность капитала (%)
Сбербанк	1149	26.0
ВТБ	375.9	26.7
TCS Group	60.2	34.7
Совкомбанк	76.38	51.0
Банк «Санкт-Петербург»	36.9	23.0

Анализ данных последних лет (таб. 1; таб. 2) позволяет заключить, что несмотря на многочисленные проблемы, включая санкции и вопросы внутренней безопасности, наблюдается положительная динамика операционных показателей. Сокращение числа банковских учреждений за последние годы свидетельствует о тенденции консолидации и очистки сектора от организаций, занимающихся теневой деятельностью, что потенциально может привести к созданию более надежной и устойчивой банковской системы. Показатели рентабельности, особенно рентабельность капитала таких банков, как Совкомбанк и TCS Group, демонстрируют способность сектора достигать значительной прибыли, в самых сложных условиях. В целом, давление созданное западными партнерами заставило российские банки развиваться активнее внутри страны. Прогнозы на 2024 год говорят о том, что рост может продолжиться, но не достигнет максимумов предыдущих лет.

В целом, данное исследование подчеркивает устойчивость и адаптивность российской банковской системы перед лицом глобальных финансовых проблем и санкций, с которыми она столкнулась в 2014 и 2022 гг. Чтобы укрепить свои позиции, национальным банкам следует больше инвестировать в технологические инновации, а также активнее осваивать новые финансовые рынки в лице Азии и других дружественных стран. Стратегические партнерства и использование новых цифровых технологий – ключ к сохранению и росту национальных банковских систем и экономической безопасности, в целом.

1. Воробьева Е. И. Направления развития банковской деятельности в Российской Федерации // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2022. №2 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-razvitiya-bankovskoy-deyatelnosti-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 03.03.2024).
2. Герасимов, К. Б. Понятие современного мирового рынка финансовых услуг / К. Б. Герасимов, А. Е. Волошина // Управление экономикой, системами, процессами : сборник статей VI Международной научно-практической конференции, Пенза, 11–12 октября 2022 года. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2022. – С. 12-17. – EDN XBNUSG.
3. Тавбулатова, З. К. Межбанковская конкуренция и ее влияние на развитие российского банковского сектора экономики / З. К. Тавбулатова, Х. Ж. Мусханова // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства : Сборник научных трудов / Под общей редакцией З.О. Адамановой. – Симферополь : Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2022. – С. 507-511. – EDN LNAOBQ.
4. Центральный банк Российской Федерации. (2024). Институциональная обеспеченность платежными услугами [Электронный ресурс]. URL: <https://cbr.ru/statistics/nps/psrf/> (дата обращения: 03.03.2024).

Ахмедулин В.А., Алтынбаева Л.Е.

Государственная поддержка сельскохозяйственного сектора России в 2020 - 2023 гг.

*Стерлитамакский филиал УУНиТ
(Россия, Стерлитамак)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-150

Аннотация

В статье рассмотрена актуальная тематика, связанная с развитием сельского хозяйства в российской экономике. Представлено описание характеристики современных инструментов и методов государственной финансовой поддержки организаций сельскохозяйственной промышленности. Рассмотрено текущее состояние сельского хозяйства в России и актуальные проблемы. Определена роль государства при обеспечении финансовой поддержки сельскохозяйственной деятельности. Предложены возможные пути повышения эффективности механизма государственной финансовой поддержки сельского хозяйства.

Ключевые слова: государственная поддержка; сельское хозяйство; финансовая поддержка; сельскохозяйственные организации; сельскохозяйственная промышленность

Abstract

The article discusses current topics related to the development of agriculture in the Russian economy. A description of the characteristics of modern tools and methods of state financial support

for agricultural industry organizations is presented. The current state of agriculture in Russia and current problems are considered. The role of the state in providing financial support for agricultural activities is determined. Possible ways to increase the efficiency of the mechanism of state financial support for agriculture are proposed.

Keywords: governmental support; Agriculture; financial support; agricultural organizations; agricultural industry

Проблематика научного исследования связана с современными условиями экономической нестабильности, что негативно влияет на формирование условий развития предприятий сельского хозяйства в регионах России. К тому же актуальность исследования обусловлена современными тенденциями, наблюдаемыми на рынке сельскохозяйственной продукции. Колебания цен, которые происходят в мировой и российской экономике, приводят к нестабильности и экономической неустойчивости предприятий сельского хозяйства.

Возникает острая необходимость в принятии управленческих решений, чтобы минимизировать риски от резких колебаний цен на различные категории товаров и сырья, используемых в производственной деятельности или при реализации покупателям.

Государственная поддержка сельского хозяйства — это комплекс социально-экономических, законодательно-правовых и организационных мер, осуществляемых государством, направленных на устойчивое развитие аграрного производства и сельских территорий и обеспечивающих продовольственную независимость, безопасность и улучшение продовольственного обеспечения населения, а пищевой промышленности — сырьем.

Основными принципами государственной поддержки сельскохозяйственного производства являются:

- равная доступность государственной поддержки для всех субъектов;
- адресность государственной поддержки;
- гарантированность государственной поддержки;
- целевой характер получения и использования бюджетных средств;
- эффективность использования бюджетных средств.

Период 2020-2022 гг. для предприятий сельского хозяйства российской экономики оказался наиболее колоссальным вызовом, обусловленным двумя подряд кризисами: вызванного пандемией коронавирусной инфекции (сovid-19) и принятием нового пакета международных экономических и политических санкций странами Запада. В особенности, актуальными являются проблемы, связанные все-таки с санкционными ограничениями, которые, по крайней мере, оказались неожиданными и непрогнозируемыми, что увеличивает степень негативного воздействия факторов-угроз [2].

Обеспечение конкурентоспособности и экономической безопасности сельскохозяйственных производителей в современных реалиях требует государственной поддержки. Основным вектором государственной поддержки предприятий сельского хозяйства в России является предоставление помощи субъектам малого и среднего предпринимательства.

1. Налоговая поддержка – малым и средним формам сельскохозяйственной деятельности предоставляется специальный режим налогообложения, а также используются различные виды налоговых льгот и преференций для крупных компаний.
2. Финансовая поддержка – за счет бюджетных и внебюджетных средств формируются финансовые фонды помощи, которые предоставляют средства и капитал предприятиям сельского хозяйства в форме безвозмездного поступления или кредита с льготными условиями.
3. Технологическая поддержка – за счет бюджетных и внебюджетных средств сформирована программа предоставления сельскохозяйственным производителям основных средств на условиях льготного лизингового финансирования.

4. Информационная поддержка – предоставление предприятиям сельского хозяйства юридической и информационной консультации по помощи открытию бизнеса или выхода на зарубежные рынки.

Вышеперечисленные формы государственной поддержки важны без исключения все, ведь каждая из них ответственна за реализацию своих целей и решение специфических задач. Однако именно финансовая помощь – основной вектор регулирования государством сельскохозяйственной отрасли в России, ведь именно от предоставления финансовых ресурсов зависит возможность организаций сельского хозяйства продолжать свою хозяйственную деятельность, обеспечивая платежеспособность и финансовую устойчивость.

На законодательном уровне сферу сельского хозяйства регулирует Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» от 29.12.2006 г. № 264-ФЗ, который определяет основы государственной поддержки, правовое регулирование данной отрасли. Правками от 2021 года внесены изменения в статью 7 данного закона, где перечисляются направления государственной поддержки, туда, в частности, входят: доступность кредитов, развитие элитного семеноводства, обновление материально-технической базы, развитие страхования рисков, обеспечение плодородия почв, устойчивое развитие сельского хозяйства, выращивание многолетних насаждений, развитие племенного животноводства, сельского туризма, органического сельского хозяйства и т.д.

Важно отметить, что данные направления формируются исходя из сложившейся конъюнктуры на рынке и необходимости поддержания наиболее востребованных в настоящий момент векторов развития.

По состоянию на 2023 год действует достаточно мер государственной поддержки инновационного развития агропромышленного комплекса, регулируемых различными нормативными документами (рис. 1).

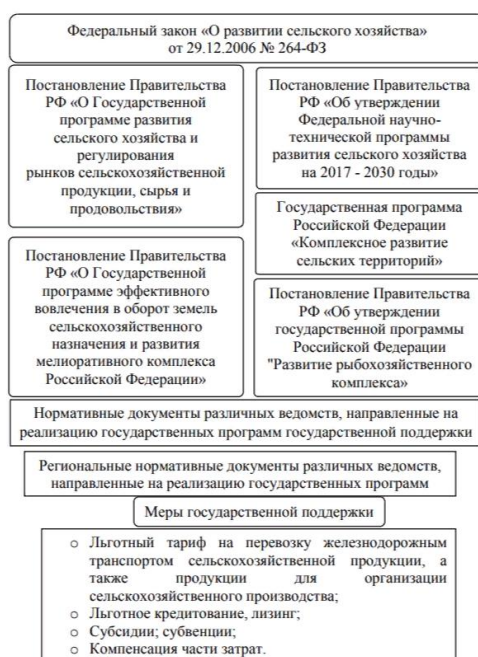


Рисунок 1. Нормативное регулирование мер государственной поддержки в РФ.

В 2023 году исходя из сложившейся геополитической ситуации ведущим приоритетом стало импортозамещение. Несмотря на достижение пороговых значений по таким видам сельскохозяйственной продукции, как рыба, мясо, сахар, зерно, растительное масло, по ряду направлений остаются проблемы, влияющие на насыщаемость внутреннего рынка семенами, племенным поголовьем, ветеринарными препаратами и кормами. Также важным моментом является внедрение инновационных технологий, чему препятствуют перебои с приобретением сельскохозяйственной техники.

Это связано с тем, что до введения санкций около половины сельскохозяйственной техники было импортной, а это означает, что для ее дальнейшей бесперебойной работы необходимы комплектующие. Для решения этих вопросов нужна государственная поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей, а также разработка импортозамещающей техники и поддержка инновационных направлений производства [1].

Важно отметить, что практика выделения государственной помощи сельскохозяйственной отрасли дает свои плоды, только в 2022 году Россия заняла пятое место в мире по величине добавленной стоимости (4,4 трлн руб.) и седьмое по объему прямых инвестиций в АПК. Так, объем продаж по отрасли вырос с 5801,4 млрд руб. в 2019 году до 7572,3 млрд руб. в 2021 году. Доля в валовом внутреннем продукте (ВВП) в 2019 году составляла 3,4%, а уже в 2021 году достигла 4,5%. Однако несмотря на все передовые показатели в сельском хозяйстве, многие экономисты говорят об экстенсивном типе развития отрасли. Так, например, инвестиции в основной капитал АПК в 2019 году были отмечены на уровне 844,2 млрд руб., а уже в 2021 году снизились до уровня 769,3 млрд руб.

В рамках реализации нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» сельскохозяйственные товаропроизводители, по данным Министерства экономического развития РФ, получили гранты «Агростартап» на сумму более 3,5 млрд рублей 1300 фермерских хозяйств. Реализуется данный вид гранта восемнадцать месяцев и получать его можно единожды [3]. Льготные кредиты малому бизнесу в сельском хозяйстве были выданы на сумму более 217 млрд рублей, выдано грантов «Агропрогресс» на общую сумму 4,7 млрд рублей (553 проекта), на обновление материально-технической базы сельскохозяйственным кооперативам выдано 1,4 млрд рублей и т.д.

Новые условия получения государственной поддержки агрокомплекса начали действовать с 1 января 2023 года. Правительство увеличило гранты производителям мяса, молока, повысило компенсации сельскохозяйственным кооперативам.

Действующие виды господдержки АПК:

- компенсирующие субсидии;
- стимулирующие субсидии;
- частичная компенсация затрат на объекты АПК.

В качестве меры государственной поддержки АПК на 2023 год было выделено 445, 8 млрд руб. бюджетных средств. По данным Минсельхоза РФ, на стимулирование инвестиционной активности должны быть направлены 173 млрд руб. На развитие сельского хозяйства в техническом плане приходится 83,4 млрд руб., еще 41,4 млрд руб. предназначается экспортерам.

Государственная поддержка сельскохозяйственных организаций в 2023 году включает в себя различные программы, направленные на развитие и совершенствование сельскохозяйственного сектора России.

Одним из ключевых направлений является финансирование и обновление фермерских хозяйств, включая помощь в оплате строительства, ремонта и оборудования. Благодаря этим программам сельскохозяйственные организации смогут получить доступ к средствам, которые могут быть использованы для оснащения ферм необходимым оборудованием.

Государственные программы поддержки сельского хозяйства в РФ:

- Государственная программа Российской Федерации «Комплексное развитие сельских территорий»
- Государственная программа эффективного вовлечения в оборот земель сельскохозяйственного назначения и развития мелиоративного комплекса Российской Федерации
- Госпрограмма развития сельского хозяйства
- Развитие рыбохозяйственного комплекса

- Федеральная научно-техническая программа развития сельского хозяйства на 2017-2030 годы.

Мерами государственной поддержки агропромышленного комплекса являются:

- Льготный тариф на перевозку железнодорожным транспортом сельскохозяйственной продукции, а также продукции для организации сельскохозяйственного производства;
- Льготный лизинг;
- Льготное кредитование;
- Льготное кредитование по СПК;
- Компенсирующая и Стимулирующая субсидии;
- Возмещение сельхозтоваропроизводителям части расходов на мелиоративные мероприятия;
- Субсидия на возмещение части процентной ставки по инвестиционным кредитам, взятым до 1 января 2017 года;
- Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК;
- Компенсация части прямых понесенных затрат на создание и (или) модернизацию объектов АПК;
- Стимулирование увеличения производства отдельных видов масличных культур;
- Компенсация части затрат на создание и (или) модернизацию объектов по переработке сельскохозяйственной продукции;
- Определение функциональных характеристик (потребительских свойств) и эффективности сельскохозяйственной техники и оборудования;
- Субсидии производителям сельскохозяйственной техники;
- Компенсация части затрат на транспортировку продукции АПК;
- Меры поддержки субъектов МСП в сфере переработки сельскохозяйственной продукции;
- Компенсация части затрат на приобретение семян;
- Специальный инвестиционный контракт (СПИК 2.0);
- Создание и развитие агробиотехнопарков;
- Субсидия на стимулирование развития виноградарства и виноделия;
- Инвестиционная тарифная льгота;
- Компенсация части прямых понесенных затрат на создание и (или) модернизацию картофеле- и (или) овощехранилищ в рамках Федерального проекта «Развитие овощеводства и картофелеводства».

Министерство сельского хозяйства ожидает в 2024 году финансовую поддержку агропромышленного комплекса за счет средств бюджета РФ на уровне около 500 млрд рублей, что сопоставимо с предыдущими годами.

В 2024 году планируется доведение экспорта продукции АПК до 45,0 млрд долларов, в 2015-2022 годах наблюдалось повышение с 17,0-17,8 до 41,6 млрд долларов или в среднем 13,6% ежегодно.

С целью совершенствования механизма государственной финансовой поддержки сельскохозяйственных производителей, можно предложить следующие мероприятия:

- организация дополнительной программы финансовой поддержки и стимулирования малых и средних предприятий сельского хозяйства, занимающихся несельскохозяйственными видами деятельности;
- повысить доступность для малых и средних предприятий, занимающихся экспортом сельскохозяйственной продукции на мировые рынки, финансовой помощи и поддержки в страховании дебиторской задолженности;

- увеличение объема программы государственного финансирования деятельности Росагролизинг с целью повышения доступности для малых и средних предприятий лизинга [3].

Таким образом, современный механизм государственного управления сельскохозяйственной промышленности российской экономики включает в себя мероприятия, которые направлены на организацию различной поддержки субъектов предпринимательства сельского хозяйства. К данным инструментам относится и финансовая помощь, целью которой обеспечение предприятий финансами и ресурсами, необходимых для запуска производства, увеличения его масштабов и выхода на внешние рынки продукции.

С целью развития государственной финансовой поддержки сельскохозяйственной промышленности в России актуальным будет повышение доступности мероприятий финансовой помощи при экспорте продукции для малых и средних предприятий, а также увеличение объема финансирования программы лизинга оборудования и техники, используемой мелкими фермерами в целях сельскохозяйственного производства. Учитывая современные реалии экономического кризиса и нестабильности, вызванной глобальной проблемой продовольственной безопасности, государственная финансовая поддержка сельского хозяйства имеет не только социальные и экономические цели своей реализации, но и обусловлена необходимостью обеспечения национальной продовольственной безопасности.

Целевая направленность инструментов государственной финансовой поддержки сельскохозяйственных производителей, в первую очередь, связана с необходимостью реализации программы импортозамещения, которая актуальна в периоде санкционных ограничений. К тому же современные реалии глобального продовольственного кризиса способствуют росту стоимости продовольствия, зерна и других товаров сельхозназначения, что повышает экономическую рентабельность производства.

Однако последнее возможно лишь в том случае, если будут применимы современные технологии, оборудования, семена, удобрения и практика сельскохозяйственной деятельности. Все эти нововведения требуют финансовых ресурсов, вложенных в капитальные вложения предприятий сельского хозяйства.

1. Валеева, А. В. Инструменты государственной финансовой поддержки сельского хозяйства, повышение их эффективности / А. В. Валеева // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2023. – № 5-2(80). – С. 142-144.
2. Абдулаева, З. К. Основные направления государственной финансовой поддержки сельского хозяйства в современных условиях / З. К. Абдулаева, М. А. Абдулаев, З. А. Сеферова // Горное сельское хозяйство. – 2024. – № 2(32). – С. 6-10.
3. Голова, Е. Е. Государственная поддержка сельского хозяйства в условиях геополитических вызовов / Е. Е. Голова, О. А. Блинов // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Т. 13, № 9. – С. 3555-3576.

Ахметов Р.Р., Алтынбаева Л.Е.

Анализ структуры экспорта и импорта России 2022-2023 гг.

*Стерлитамакский филиал УУНиТ
(Россия, Стерлитамак)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-151

Аннотация

Современный период развития мировой экономики характеризуется высокой турбулентностью, в первую очередь, из-за событий политического характера. В 2022 г. Россия оказалась в сложном положении, так как она стала отрезанной от европейского рынка из-за экономических санкций. В таких условиях возникает потребность в поиске новых рынков сбыта, и, следовательно, в новых торговых партнерах. Однако для понимания перспектив торгового сотрудничества России с другими странами актуальным представляется проведения ретроспективного анализа внешней торговли страны. В данной статье анализируется внешняя

торговля России со странами мира, выделяются основные торговые партнёры, проводится анализ товарной структуры экспорта и импорта, изменений во внешней торговле за последние два года

Ключевые слова: внешняя торговля, Россия, торговое сотрудничество, политическая нестабильность,

Abstract

The modern period of development of the world economy is characterized by high turbulence, first of all, due to political events. Russia found itself in a difficult situation in 2022, as it became cut off from the European market due to economic sanctions. In such conditions, there is a need to search for new sales markets, and, consequently, for new trading partners. However, in order to understand the prospects of trade cooperation between Russia and other countries, it seems relevant to conduct a retrospective analysis of the country's foreign trade. This article analyzes Russia's foreign trade with the countries of the world, identifies the main trading partners, analyzes the commodity structure of exports and imports, changes in foreign trade over the past two years.

Keywords: external trade, Russia, trade cooperation, political instability.

Процесс развития международной торговли в современных условиях связан с геополитическим расколом и «новым феноменом» – деглобализацией мировой экономики, который характеризуется разрушением прежних внешнеторговых связей между бывшими странами-партнерами, формированием торгового взаимодействия с дружественными государствами, ориентированными на стратегически выгодные формы сотрудничества и перспективы развития торгового оборота, что требует повышения эффективности управления новыми процессами со стороны органов государственной власти [1].

Для России налоговые поступления от внешнеэкономической деятельности составляют существенную часть доходов государственного бюджета. Санкции перекрыли доступ к экономическим возможностям и иностранным инвестициям и уже нанесли определенный урон экономике России. Вместе с тем, последствия введенных ограничений против России отразились и на экономике западных стран-инициаторов их утверждения и поддержания [3].

В сложившейся ситуации показатели российского экспорта меняются. Одним из основных индикаторов, который характеризует объем торговли государства с другими странами, является внешнеторговый оборот, включающий в себя совокупность экспорта и импорта в стоимостном выражении (табл. 1).

Таблица 1

Динамика показателей внешней торговли РФ, млрд. долл.

Показатель	2022 г.	2023 г.	2023 г. в % к 2022 г.
Внешнеторговый оборот	847,8	710,2	-16,2
Экспорт	592,5	425,1	-28,3
Импорт	255,3	285,1	+11,7

Положительное внешнеторговое сальдо России в 2023 году составило \$140 млрд, что на 58,5% меньше показателя за 2022 год (\$337,2 млрд).

Экспорт товаров из России в 2023 году, составил \$425,1 млрд, снизившись на 28,3% по сравнению с 2022 годом (\$592,5 млрд). Такое существенное падение произошло из-за обвала объема поставок в страны Европы. Если в 2022 году он составлял \$265,6 млрд, то в 2023-м сжался до \$84,9 млрд (минус 68%). Причина — расширение санкций в отношении РФ. С 5 декабря 2022 года ЕС ввел эмбарго на импорт российской нефти, а с 5 февраля 2023-го — и нефтепродуктов

Импорт товаров в 2023 году составил \$285,1 млрд, увеличившись на 11,7% по сравнению с 2022 годом (\$255,3 млрд). Это произошло за счет роста объема ввоза товаров из Азии на 29,2%, до \$187,5 млрд (исходя из данных китайской таможни следует, что основная часть этой суммы приходится на импорт из КНР — \$111 млрд). Поставки из Европы

сократились на 12,3%, до \$78,5 млрд, из Америки — на 11%, до \$15 млрд. Импорт из стран Африки вырос на 8,6%, до \$3,4 млрд.

Объем внешней торговли РФ за 2023 год составил \$710,2 млрд против \$847,8 млрд за 2022 год (снижение на 16,2%).

Экспорт и импорт товаров Российской Федерации по группам стран представлен в табл. 2.

Таблица 2

Экспорт и импорт товаров Российской Федерации по группам стран (млрд. долл. США).

	Экспорт			Импорт		
	январь-декабрь 2022	январь-декабрь 2023	темп роста, %	январь-декабрь 2022	январь-декабрь 2023	темп роста, %
<i>Весь мир</i>	592,5	425,1	71,7	255,3	285,1	111,7
<i>в том числе:</i>	-	-		-	-	
<i>ЕВРОПА</i>	265,6	84,9	32,0	89,5	78,5	87,7
<i>АЗИЯ</i>	290,4	306,6	105,6	145,2	187,5	129,2
<i>АФРИКА</i>	14,8	21,2	142,9	3,1	3,4	108,6
<i>АМЕРИКА</i>	20,5	12,2	59,6	16,8	15,0	89,0
<i>ОКЕАНИЯ</i>	0,3	0,0	2,5	0,4	0,2	41,8

Экспорт из России в Европу в 2023г упал на 68% (до \$84,9 млрд), в Азию – вырос на 5,6% (до \$306,6 млрд). Экспорт РФ в страны Азии после переориентации поставок на другие рынки по итогам 2023 года вырос, но несопоставимо с падением на европейском направлении — на 5,6%, с \$290,4 млрд до \$306,6 млрд. Такой скромный рост, впрочем, объясняется в том числе и снижением цен на российскую нефть — по данным таможи КНР, физические поставки нефти в Китай в 2023 году выросли на 24% (до 107 млн тонн), но заплатил за них Пекин лишь на 3,5% больше, чем годом ранее (\$60,7 млрд) [4].

Если в 2022 году объемы экспорта РФ в Европу и Азию были сопоставимы, то сейчас ситуация сильно изменилась. Доля стран Азии в общем объеме российского экспорта по итогам 2023 года составила 72%, Европы — всего 20%. Оставшиеся 8% экспорта РФ приходятся на страны Африки (\$21,2 млрд, рост на 43%) и обеих Америк (\$12,2 млрд, падение на 40%).

Импорт в Россию из Европы в 2023г снизился на 12,3% (до \$78,5 млрд), из Азии - вырос на 29,2% (до \$187,5 млрд). Экспорт из России в Африку в 2023 году вырос на 42,9%, до \$21,2 млрд.

Импорт из Африки вырос на 8,6%, до \$3,4 млрд. Экспорт в Америку в 2023 году упал на 40,4%, до \$12,2 млрд. Импорт из Америки снизился на 11,0%, до \$15,0 млрд. Экспорт из России в Океанию в 2023 году упал на 97,5% (практически до нуля с \$0,3 млрд в 2022 году). Импорт в Россию из Океании снизился на 58,2%, до \$0,2 млрд.

Товарная структура экспорта и импорта Российской Федерации представлен в табл. 3.

Таблица 3

Экспорт и импорт товаров Российской Федерации (млрд. долл. США)

	Экспорт			Импорт		
	январь-декабрь 2022	январь-декабрь 2023	темп роста, %	январь-декабрь 2022	январь-декабрь 2023	темп роста, %
<i>Всего</i>	592,5	425,1	71,7	255,3	285,1	111,7
<i>в том числе:</i>						
<i>Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (кроме текстильного)</i>	41,3	43,1	104,3	35,8	35,1	98,3
<i>Минеральные продукты</i>	391,6	260,1	66,4	5,3	5,6	105,1
<i>Продукция химической промышленности, каучук</i>	42,0	27,2	64,8	57,1	55,7	97,6
<i>Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них</i>	0,2	0,1	62,8	1,0	1,2	122,2

Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	14,0	9,9	70,3	3,9	3,4	86,6
Текстиль, текстильные изделия и обувь	1,9	1,7	93,2	15,8	19,1	121,4
Металлы и изделия из них	70,7	60,0	84,9	19,1	19,2	100,4
Машины, оборудование и транспортные средства и другие товары	30,8	22,9	74,5	117,5	145,8	124,1

В товарной структуре экспорта рост в 2023 году продемонстрировал только экспорт из России продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья – на 4,3%, до \$43,1 млрд.

Экспорт из России минеральных продуктов в 2023 году упал на 33,6%, до \$260,1 млрд, металлов и изделий из них - снизился на 15,1%, до \$60,0 млрд, химической продукции – упал на 35,2%, до \$27,2 млрд, машин, оборудования, транспортных средств и других товаров – снизился на 25,5%, до \$22,9 млрд, древесины и целлюлозно-бумажных изделий – упал на 29,7%, до \$9,9 млрд, текстиля, текстильных изделий и обуви сократился на 6,8%, до \$1,7 млрд. [4].

Импорт в Россию машин, оборудования транспортных средств и других товаров вырос в 2023 году на 24,1%, до \$145,8 млрд, текстиля, текстильной продукции и обуви – увеличился на 21,4%, до \$19,1 млрд, минеральных продуктов – возрос на 5,1%, до \$5,6 млрд, металлов и изделий их них - увеличился на 0,4%, до \$19,2 млрд.

Импорт в РФ продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в 2023 году снизился на 1,7%, до \$35,1 млрд, химической продукции - сократился на 2,4%, до \$55,7 млрд, древесины и целлюлозно-бумажных изделий упал на 13,4%, до \$3,4 млрд.

Таким образом, экспорт товаров в 2023 году сократился по сравнению с 2022 годом в большей степени из-за снижения мировых цен на сырьевые товары. Его стоимостный объем сложился около уровня 2019 года. Физические объемы экспорта в 2023 году были меньше, чем в 2021 году, из-за внешнеторговых ограничений. Стоимостный объем импорта товаров увеличился по сравнению с 2022 годом. По предварительной оценке, он достиг уровня 2021 года благодаря переориентации на поставщиков из альтернативных регионов и механизму параллельного импорта. В результате сокращения экспорта и восстановления импорта профицит счета текущих операций в 2023 году уменьшился по отношению к 2021–2022 годам.

1. Внешняя торговля РФ: развитие в условиях санкций и новые приоритеты / А. А. Мигел, Т. В. Лесина, Н. В. Васильчиков, И. А. Совин // Вестник Академии знаний. – 2023. – № 3(56). – С. 164-168.
2. Мазилкина, Е. И. Динамика внешней торговли России в 2022 году / Е. И. Мазилкина // Научные исследования XXI века. – 2023. – № 1(21). – С. 107-110.
3. Сафиуллин, М. Э. Динамика внешнеторговых потоков РФ в условиях международных санкций / М. Э. Сафиуллин, Е. И. Козлова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2023. – № 6(72). – С. 91-99.
4. Федеральная таможенная служба [сайт] – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/> (дата обращения: 18.03.2024г.)

Байкулова Д.Ш., Меремшаова А.А., Тхагапсова С.К.-Г., Узденова З.Р.

Учет реализации готовой продукции

*ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская Государственная Академия»
(Россия, Черкесск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-152

Аннотация

Статья посвящена проблемам учета готовой продукции и ее реализации. Рассмотрены основные понятия и существующие подходы к вопросу учета готовой продукции, обозначена законодательная база исследуемой темы. Также, в статье рассмотрены основные спорные

моменты и указаны возможные пути к их разрешению. Готовая продукция — это часть запасов организации, предназначенная для продажи, являющаяся конечным результатом производственного цикла, завершенная (готовая), технические и качественные характеристики которой соответствуют требованиям условий договора или других документов (п. 199 Приказа Минфина от 28.12.2001 № 119н). Как известно, готовая продукция признается частью товарно-материальных запасов, предназначенных для продажи. Это конечный результат производственного цикла, в результате которого создается актив и завершается его обработка (достройка), а его технические и качественные характеристики соответствуют условиям контракта или требованиям других документов в случае, установленном законом.

Ключевые слова: готовая продукция, учет готовой продукции, запасы, товарно-материальные ценности, доходы от реализации, актив и пассив.

Abstract

The article is devoted to the problems of accounting for finished products and their sales. The basic concepts and existing approaches to the issue of accounting for finished products are considered, and the legislative framework of the topic under study is outlined. Also, the article discusses the main controversial issues and indicates possible ways to resolve them. Finished products are a part of an organization's inventory intended for sale, which is the end result of the production cycle, completed (finished), the technical and quality characteristics of which comply with the requirements of the terms of the contract or other documents (clause 199 of Order of the Ministry of Finance dated December 28, 2001 No. 119n). As you know, finished products are recognized as part of inventories intended for sale. This is the final result of the production cycle, as a result of which an asset is created and its processing (completion) is completed, and its technical and quality characteristics comply with the terms of the contract or the requirements of other documents in the case established by law.

Keywords: finished products, accounting of finished products, inventories, inventories, sales income, assets and liabilities.

Доходы от реализации признавайте на дату перехода права собственности готовой продукции – по правилам СГС «Доходы». Читайте, как признавать доходы от реализации. Также смотрите, распространяется ли СГС «Долгосрочные договоры» на реализацию готовой продукции.

Готовую продукцию списывайте с учета в момент перехода к покупателю права собственности на нее. Спишите продукцию по той стоимости, по которой она учтена на момент реализации, – по нормативно-плановой стоимости или фактической себестоимости. Такой вывод следует из положений пункта 122 Инструкции к Единому плану счетов № 157н, пунктов 25, 29 СГС «Запасы», пункта 51 СГС «Доходы».

Издержки обращения, которые возникли в отчетном периоде, не включайте в себестоимость. Списывайте их на финансовый результат текущего отчетного периода – на увеличение расходов. К издержкам обращения относите затраты, которые возникли в ходе реализации продукции, в том числе в процессе продвижения (п. 28 СГС «Запасы»).

Порядок, как отразить в бухучете реализацию готовой продукции, зависит от типа учреждения.

В казенном учреждении:

Продукцию, как и другое имущество, реализуйте в порядке, который установил учредитель или собственник (п. 1 ст. 296, п. 4 ст. 298 ГК). В частности, данным порядком можно установить, что нужно получить согласие на продажу от учредителя или другие особенности.

Средства за продукцию покупатель должен перечислить в доход бюджета (п. 3 ст. 41, п. 1 ст. 51, ст. 57, ст. 62, п. 3 ст. 161 БК). Для этого сообщите ему необходимые реквизиты, в том числе код классификации доходов бюджета. Этот код зависит от того, за счет средств какого бюджета финансируется учреждение, а также кто выступает главным администратором доходов данного поступления в бюджет. Например, если учреждение финансируется за счет

средств федерального бюджета, следует указывать код 000 1 14 02013 01 0000 440. При этом на месте 1–3-х разрядов укажите код главного администратора, на месте 14–20-х разрядов – код подвида доходов.

В бюджетных организациях:

Бюджетные учреждения без согласия учредителя (собственника) не вправе реализовывать имущество, в том числе и готовую продукцию, если:

- имущество включено в состав особо ценного движимого имущества (ОЦИ), которое закреплено за учреждением собственником или изготовлено за счет средств, выделенных собственником;
- сделка по реализации признается крупной или в совершении сделки имеется заинтересованность, определяемая в соответствии с критериями, установленными статьей 27 Закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ.

Остальным имуществом бюджетное учреждение вправе распоряжаться самостоятельно.

Доходы от реализации готовой продукции поступают в самостоятельное распоряжение учреждения. Данное правило распространяется также на доходы, полученные от реализации продукции, которая относится к ОЦИ (в случае если получено согласие собственника на ее реализацию). Это следует из пункта 3 статьи 298 ГК, статьи 41 БК, пунктов 10, 13 статьи 9.2 Закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ.

В автономных учреждениях:

Автономные учреждения без согласия учредителя (собственника) не вправе без согласования реализовывать имущество, в том числе и готовую продукцию, если:

- имущество включено в состав особо ценного движимого имущества (ОЦИ), которое закреплено за учреждением учредителем или приобретено за счет выделенных им средств. В этом случае реализовывать продукцию нужно в порядке, установленном учредителем;
- сделка по реализации признается крупной. В этом случае ее предварительно нужно согласовать с наблюдательным советом.

В остальных случаях учреждение вправе реализовывать имущество, в том числе и продукцию, самостоятельно.

Доходы от реализации готовой продукции поступают в самостоятельное распоряжение учреждения. Данное правило распространяется также на доходы, полученные от реализации продукции, которая включена в состав ОЦИ (в случае если получено согласие учредителя на ее реализацию). Это установлено пунктом 2 статьи 298 ГК, статьей 41 БК, частью 2 статьи 3, частью 1 статьи 15 Закона от 03.11.2006 № 174-ФЗ.

Налог на прибыль

В учете бюджетных и автономных учреждений

При расчете налога на прибыль выручка от продажи готовой продукции признается доходом от реализации (ст. 249 НК). Дату получения выручки определяйте в зависимости от выбранного метода учета:

- при методе начисления – это дата перехода права собственности на готовую продукцию независимо от того, когда поступила оплата от покупателя и в каком виде (аванс, предоплата, окончательный расчет) (п. 3 ст. 271, подп. 1 п. 1 ст. 251 НК);
- при кассовом методе – это день получения оплаты за отгруженную продукцию (п. 2 ст. 273 НК). Предварительную оплату (аванс), полученную от покупателя, также учтите в составе доходов в момент получения (п. 2 ст. 273, подп. 1 п. 1 ст. 251 НК). Это правило действует, несмотря на то что продукция еще фактически не передана покупателю (п. 8 информационного письма Президиума ВАС от 22.12.2005 № 98).

Выручку от реализации продукции учреждение вправе уменьшить на расходы, связанные с ее производством и реализацией (подп. 1 п. 3 ст. 315 НК). Перечень этих расходов приведен в пункте 1 статьи 253 НК. Они подразделяются на группы:

- материальные расходы;
- расходы на оплату труда;
- амортизация;
- прочие расходы.

Нужно учитывать, что если такие расходы оплачены за счет средств субсидий, то учесть их при расчете налога на прибыль нельзя. Если же расходы оплачены за счет платной деятельности, но связаны как с производством продукции, так и с выполнением гос. задания, то учесть их можно только частично. Подробнее смотрите в рекомендации.

Расходы в виде себестоимости реализованной продукции признавайте при расчете налога на прибыль:

- методом начисления в момент перехода права собственности к покупателю (реализации) независимо от времени фактической оплаты (п. 1 ст. 272 НК);
- кассовым методом в период, когда выполнены два условия: получена оплата от покупателя за реализованную продукцию, а затраты на ее изготовление фактически оплачены учреждением (п. 3 ст. 273, подп. 3 п. 1 ст. 268 НК).

НДС и УСН

Реализация продукции признается объектом обложения НДС (подп. 1 п. 1 ст. 146, п. 3 ст. 38 НК). Поэтому, если учреждение не использует освобождение от уплаты НДС, начислите налог в момент отгрузки (передачи) продукции или получения аванса (п. 1 ст. 167 НК).

Независимо от того, какой объект налогообложения выбрало учреждение, доходы от реализации готовой продукции учитывайте при расчете единого налога (ст. 346.15 и 249 НК). Доходом будет являться выручка от реализации. В ее состав включите также авансы, полученные в счет предстоящей поставки готовой продукции (п. 1 ст. 346.15 и п. 1 ст. 249 НК). Как рассчитать выручку, смотрите С каких доходов нужно заплатить единый налог при упрощенке.

Если автономное учреждение выбрало объектом налогообложения доходы, уменьшенные на расходы, выручку от реализации уменьшите на расходы, связанные с производством и реализацией продукции (п. 2 ст. 346.18 НК). При этом учитывайте только те расходы, которые поименованы в пункте 1 статьи 346.16 НК. Такими расходами могут быть, в частности:

- расходы на приобретение, сооружение и изготовление основных средств;
- затраты на приобретение или самостоятельное создание нематериальных активов;
- материальные расходы, в том числе расходы на покупку сырья и материалов;
- расходы на оплату труда;
- суммы входного НДС, уплаченного поставщикам, и т. д.

1. Ахалкаци О.В., Аудит учета расчетов по оплате труда / О.В. Ахалкаци. - М.: Юнити-Дана, 2018. - 108 с.
2. Безруких П.С., Бухгалтерский учет: Учебник / П.С. Безруких, В.Б. Ивашкевич, Н.П. Кондраков, и др.. - М.: Бухгалтерский учет; Издание 2-е, перераб. и доп., 2020. - 576 с.
3. Бухгалтерский учет: Учебник для вузов / ред. Ю.А. Бабаев. - М.: Проспект, Велби, 2019. - 392 с.
4. Долгих Татьяна, Бухгалтерский учет и анализ затрат и себестоимости готовой продукции / Татьяна Долгих. - М.: LAP LambertAcademic Publishing, 2020. - 240 с.
5. Козлова Е. П., Бухгалтерский учет / Козлова Е.П. и. - М.: Финансы и статистика, 2020. - 240 с.
6. Пизенгольд М.З., Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве / М.З. Пизенгольд. - М.: Финансы и статистика; Издание 4-е, перераб. и доп., 2020. - 896 с.
7. Секретарева И.А., Бухгалтерский учет на производственных предприятиях потребительской кооперации / И.А. Секретарева, В.А. Озеран, И.М. Павлюк, и др.. - М.: Экономика, 2019. - 319 с.

Байрамкулова М.А., Боташева Л.С.
Управленческий учет логистических рисков

*Северо-Кавказская Государственная Академия
Институт экономики и управления
(Россия, Черкесск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-153

Аннотация

Риск является неотъемлемым атрибутом предпринимательской деятельности. Изменчивость и непредсказуемость внешней среды организации усложняет процесс управления рисками для фирмы. Деятельность торговой организации зависит от эффективности управления логистическими рисками, особенностью которых является то, что в подавляющем большинстве случаев их реализация несет отрицательные последствия для фирмы. Приведена классификация логистических рисков в зависимости от уровня их возникновения. Рассмотрены принципы управления логистическими рисками компании. Оценена применимость международных стандартов риск-менеджмента к управлению логистическими рисками в торговой сфере.

Ключевые слова: риски, логистическая деятельность, логистические риски, управление рисками.

Abstract

Risk is an integral part of business. The volatility and unpredictability of the organization's external environment complicates risk management for the firm. The activity of a trade organization depends on the efficiency of logistic risks management, which in the majority of cases, may have negative consequences for the company. We provided the classification of logistic risks depending on the level of their occurrence.

Keywords: risks, logistics activities, logistical risks, risk management.

В последнее время торговые ассоциации работают в непростых условиях, что негативно сказывается на их деятельности. Помимо обычных факторов неопределенности внешней среды, 2020 год стал особенным из-за пандемии коронавируса, перебоев с поставками товаров (особенно из-за рубежа) и обесценивания валют. В этих условиях управление рисками, в том числе логистической деятельностью компаний, стало значительно более важным.

Логистические исследования - выявить виды логистических рисков, с которыми сталкиваются торговые компании в современных условиях, изучить этапы управления рисками и определить наиболее эффективные методы управления рисками.

Характеризуя любой риск, следует четко определить три основные особенности риска [2]. Во-первых, это неопределенность, которая выражается на практике в недостаточность или неполноту имеющейся информации о процессе (явлении). Эта недостаточность может иметь как объективную основу (никто не знает, как будут развиваться события), так и субъективную основу (мы не знаем, как будут развиваться явление, но кто-то знает). Любой риск по своей сути и вытекает из этой неопределенности.

Во-вторых, любой риск характеризуется альтернативностью развития события, под которой можно понимать выбор из нескольких вариантов решений или действия одного подходящего [3]. В-третьих, любой риск по своей природе противоречив, что несмотря на новые принципы и технологии риск-менеджмента не позволяет говорить об уменьшении уровня предпринимательских рисков в экономике [4].

Несмотря на все отличия в трактовке термина «риск», все исследователи отмечают все возрастающую значимость осознанного воздействия на рискованные ситуации, то есть внедрение риск-менеджмента в систему управления организацией [5].

Необходимо сначала определить, что такое логистическая деятельность фирмы. Существует несколько разных подходов к определению этого понятия. Наиболее полным, по нашему мнению, следует признать определение, предложенное американскими учеными Д. Ламбертом и Д. Стоком. Они рассматривают логистическую деятельность как совокупность следующих видов деятельности: обслуживание потребителей; прогнозирование спроса; управление запасами незавершенного производства; логистические коммуникации; грузопереработка; обработка заказов; упаковка; поставка запасных частей и оказание помощи потребителям при обслуживании; выбор мест размещения производственных и складских помещений; поставки; логистика обратных потоков; управление перевозками и транспортировкой грузов; складирование и хранение [7].

Во всех указанных выше видов логистической активности присутствуют свои определенные потенциальные риски, которыми логистическому менеджменту необходимо управлять во избежание ущерба в случае их наступления.

Принципы управления логистическими рисками совпадают с сформированными практикой подходами к процедурам регулирования вероятности проявления угроз. К этим принципам относятся:

1. Управление логистическими рисками компании должно осуществляться в точном соответствии с общими целями деятельности торговой организации и в тесной интеграции логистики фирмы с другими функциональными областями деятельности (например, с маркетингом, финансами).
2. Специфика деятельности торговой компании на рынке, широта ассортимента реализуемых товаров, особенности клиентской базы и поставщиков, уровень конкуренции на рынке, с одной стороны, предопределяют вероятность возникновения многих видов логистических рисков, а с другой, существенно ограничивают возможности компании в управлении этими рисками.
3. Компания должна разработать и поддерживать единую политику в отношении управления рисками с учетом изменчивого характера внешней среды организации.

Эффективное управление рисками возможно только в результате использования современных инструментов, которые применяются для его оценки. Важнейшим этапом является выбор методик и мер для управления рисками. Выделим основные методы управления риском. Метод уклонения от рисков — заключается в отказе от совершения рискованного мероприятия. Но для финансового предпринимательства упразднение риска обычно упраздняет и прибыль. Метод локализации рисков используются в редких случаях, когда удастся довольно четко идентифицировать риски и источники их возникновения. Выделив экономически наиболее опасные этапы или участки деятельности в обособленные структурные подразделения, можно сделать их более контролируемыми и снизить уровень риска. Метод диверсификации рисков заключается в распределении общего риска между участниками проекта. Методы компенсации рисков связаны с созданием механизмов предупреждения опасности. Методы компенсации рисков более трудоемки и требуют обширной предварительной аналитической работы для их эффективного применения. Метод страхования рисков состоит в передаче риска (ответственности за результаты негативных последствий), в распределении ущерба между участниками страхования.

Управленческий учет логистических рисков – это процесс анализа, оценки и управления возможными рисками, которые могут возникнуть в логистической деятельности организации. Логистические риски могут включать в себя такие аспекты, как потеря груза, задержка поставок, повреждение товаров и другие негативные события, которые могут повлиять на эффективность и эффективность цепи поставок.

Для успешного управления логистическими рисками необходимо проводить систематический анализ и оценку рисков, и разработка конкретных мер по их управлению. Важно также учитывать специфику отрасли и особенности конкретной организации при разработке стратегии управления логистическими рисками.

Существует несколько основных шагов, которые помогут организации эффективно управлять логистическими рисками:

1. Идентификация рисков – определение возможных угроз и опасностей, которые могут возникнуть в логистической деятельности компании.
2. Оценка рисков – оценка вероятности возникновения рисков и их потенциальных последствий для организации.
3. Разработка стратегии управления рисками – разработка плана действий по минимизации и управлению рисками, включая определение контрмер и мер по уменьшению ущерба от возможных негативных событий.
4. Реализация и мониторинг мер по управлению рисками – внедрение предпринятых мер и регулярный мониторинг эффективности их работы, а также анализ ситуации и внесение корректировок в стратегию управления рисками при необходимости.

Управление логистическими рисками играет важную роль в обеспечении надежности и эффективности цепи поставок организации. Правильное управление рисками позволяет снизить потенциальные убытки и повысить конкурентоспособность компании на рынке.

Одним из вариантов идентификации является создание карт рисков – инструментов, позволяющих наглядно отразить и классифицировать конкретные риски компании, дать их количественную и качественную оценку. Для каждого риска создается своя риск карта. Таким образом мы получаем возможность полностью оценить логистические риски компании и добиться наиболее эффективного управления рисками.

До настоящего момента проводилось много исследований в области оценки логистических рисков промышленных предприятий и возможностей управления ими, однако не был создан эффективный механизм, включающий в себя комплексный анализ рисков (например, с помощью современных ERP – систем), позволяющий на любом этапе логистической цепочки диагностировать возможные риски и своевременно, эффективно их ликвидировать.

Теоретической и методологической базой работы послужили исследования, фундаментальные и прикладные разработки отечественных и зарубежных ученых в области экономической теории, теории управления запасами, методологии моделирования и прогнозирования, методические подходы к управлению отдельными видами логистической деятельности.

Контроль и мониторинг, который является составной частью всех этапов риск-менеджмента компании и являются неотъемлемой его частью, обеспечивающие непрерывность процесса управления. В рамках данного этапа на основе отслеживания важнейших стандартов качества логистического обслуживания и эффективности системы управления логистическими рисками осуществляется сбор информации и составление отчетности для дальнейшего изменения параметров логистической деятельности фирмы.

1. Мокейчев Е.В. Три характеристики успешной организации / Е.В. Мокейчев, Е.А. Конников. — Казань : Бук, 2016. — 96 с.
2. Асват Д. Риск-менеджмент. Принципы и методики / Д. Асват. — Москва : Диалектика-Вильямс, 2020. — 496 с.
3. Хунли Го. Место логистических рисков в общей структуре предпринимательских рисков предприятия / Го. Хунли, Т.Т. Ценина // Вестник факультета управления СПб-ГЭУ. — 2018. — № 3. — С. 298-302.
4. Уколов А.И. Оценка рисков / А.И. Уколов. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. — 318 с.
5. Сигитова М.А. Картографирование логистических рисков при формировании информационной базы риск-менеджмента / М.А. Сигитова, П.А. Аникина. — DOI 10.24412/2304-6139-2020-10796 // Вестник Академии знаний. — 2020. — № 41 (6). — С. 236-242.
6. Андреев В.Д. Основы интегрированного риск-ориентированного внутреннего контроля и аудита хозяйствующих субъектов / В.Д. Андреев. — Москва : Магистр, 2019. — 365 с.
7. Сток Дж.Р. Стратегическое управление логистикой : пер. с англ. / Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт. — Москва : ИНФРА-М, 2005. — 797 с.
8. Одинцова Т.Н. Управление рисками в логистических процессах цепей поставок / Т.Н. Одинцова, И.Ю. Ягузинская // Логистические системы в глобальной экономике : материалы X Междунар. науч.-практ. конф., Красноярск, 30-31 марта 2020 г. — Красноярск, 2020. — С. 219-223.

Бариева З.Ф., Маймакова Л.В.

Конкурентоспособность продукции промышленных предприятий

Казанский государственный энергетический университет
(Россия, Казань)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-154

Аннотация

В данной статье описано определение понятия «конкурентоспособность». Рассмотрен вопрос конкурентоспособности Российских предприятий в современных условиях. Изучается классификация факторов конкурентоспособности промышленной продукции. Описан механизм управления конкурентоспособностью предприятий пищевой промышленности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, промышленные предприятия, инновационная деятельность, качество продукции, реклама.

Abstract

This article describes the definition of the concept of «competitiveness». The issue of competitiveness of Russian enterprises in modern conditions is considered. The classification of factors of competitiveness of industrial products is studied. The mechanism of managing the competitiveness of food industry enterprises is described.

Keywords: competitiveness, industrial enterprises, innovation, product quality, advertising.

Конкурентоспособность - это способность предприятия, товара или услуги эффективно конкурировать на рынке и успешно удовлетворять потребности и ожидания своих клиентов. Определение конкурентоспособности включает в себя комплекс из различных факторов, влияющих на успех бизнеса.

Первый и наиболее важный аспект конкурентоспособности - это качество товара или услуги. Высокое качество является ключевым фактором, который позволяет привлекать потребителей и удерживать их лояльность. Великолепное качество продукта порождает положительный опыт его использования и приводит к повторным покупкам и рекомендациям.

Конкурентоспособность определяется сочетанием множества факторов, каждый из которых играет важную роль. Компания, которая уделяет внимание качеству продукции, цене, инновациям, маркетингу и другим аспектам, сможет эффективно соперничать на рынке и добиваться успеха [1].

В современной экономической среде конкурентоспособность российских предприятий играет ключевую роль в их успешном развитии и выживании на рынке. Чтобы эффективно конкурировать с мировыми лидерами, российским компаниям необходимо обладать определенными особенностями и преимуществами.

Во-первых, одним из основных факторов успешности является инновационная деятельность. Российские предприятия должны активно внедрять новые технологии и разрабатывать инновационные продукты, чтобы обеспечить свою конкурентоспособность и удовлетворить потребности современных потребителей. Использование современных технических решений и автоматизации процессов помогает сократить издержки, улучшить качество и повысить производительность, что является неотъемлемыми составляющими успешной конкуренции.

Во-вторых, российские предприятия должны активно сотрудничать с другими участниками рынка, включая как местных партнеров, так и зарубежные компании. Рост конкурентоспособности достигается через обмен опытом и передачу знаний, совместное развитие и поиск новых рынков сбыта. Кроме того, создание прочных деловых отношений и партнерств помогает предприятиям минимизировать риски и улучшить доступ ко всем ресурсам и возможностям, которые могут предоставить внешние партнеры [2].

Также, необходимо отметить, что в условиях глобализации и развития информационных технологий, российские предприятия должны быть готовы к изменениям и быстро

адаптироваться к новым требованиям рынка. Гибкость и реактивность – это ключевые моменты для успешной конкуренции. Российские компании должны активно изучать и анализировать динамику спроса и предложения, изменения в законодательстве и экономической обстановке, чтобы оперативно принимать решения и адаптироваться к новым реалиям.

Наконец, важным элементом конкурентоспособности российских предприятий является наличие высококвалифицированных и мотивированных сотрудников. Российским компаниям необходимо создать условия для постоянного обучения и профессионального развития своих сотрудников, чтобы они могли не только успешно выполнять свои текущие обязанности, но и принимать активное участие в инновационных процессах и предлагать новые идеи.

В итоге, конкурентоспособность российских предприятий в современных условиях зависит от множества факторов, включая инновационность, активное сотрудничество, гибкость и реактивность, а также квалификацию персонала. Только соблюдая все эти условия, предприятия смогут эффективно конкурировать на рынке и удерживать свои позиции в долгосрочной перспективе.

Одним из главных вопросов, с которыми сталкиваются производители промышленной продукции, является обеспечение конкурентоспособности своих товаров на рынке. Для достижения этой цели требуется провести классификацию факторов, определяющих конкурентоспособность промышленной продукции.

Первым фактором, необходимым для достижения конкурентоспособности, является высокое качество продукции. Качество включает в себя критерии, такие как надежность, функциональность и безопасность. Производители должны обеспечить выполнение всех этих требований, чтобы привлечь внимание и удовлетворить потребности потребителей [3].

Второй важный фактор – конкурентные цены на продукцию. Рыночная цена должна быть не только привлекательной для потребителей, но и позволять производителю получать прибыль. Таким образом, определение оптимальной цены является ключевым аспектом достижения конкурентоспособности.

Третий фактор – инновации. Производители должны постоянно стремиться к улучшению своих продуктов и процессов производства. Новые технологии, материалы и методы помогают создавать продукцию с более высокими характеристиками и эффективностью. Инновационный подход позволяет выделиться на фоне конкурентов и привлечь внимание потребителей.

Четвертый фактор – маркетинг и реклама. Хорошо разработанная маркетинговая стратегия поможет привлечь внимание и удержать потребителей. Производителю необходимо определить свою целевую аудиторию, выделить преимущества продукции и эффективно коммуницировать с потребителями через различные каналы коммуникации.

Пятый фактор – лояльность клиентов. Постоянная работа над удовлетворением потребностей клиентов и поддержание долгосрочных отношений с ними являются важным условием сохранения конкурентоспособности на рынке. Производитель должен стремиться к максимально возможному уровню удовлетворенности своих клиентов, предлагая высокий уровень обслуживания и дополнительные услуги.

Конкурентоспособность промышленной продукции зависит от комплекса факторов. Высокое качество, конкурентные цены, инновации, эффективная маркетинговая стратегия и лояльность клиентов – все эти аспекты вместе определяют успешное функционирование товара на рынке. Сознательное внимание к каждому фактору и их взаимодействие помогут производителям достичь и поддержать высокую конкурентоспособность своей промышленной продукции.

Механизм управления конкурентоспособностью предприятий пищевой промышленности играет решающую роль в достижении успеха и выделении на рынке. Конкуренция в данной отрасли является высокой, поэтому эффективное управление является необходимым условием для достижения высокой конкурентоспособности.

Основой механизма управления конкурентоспособностью предприятий пищевой промышленности является стратегическое планирование. Компании должны анализировать

текущую ситуацию на рынке, изучать потребности и предпочтения потребителей, а также прогнозировать будущие изменения в индустрии. Определение конкурентного преимущества и целей компании помогает создать стратегию, которая будет направлена на достижение их [4].

Один из ключевых компонентов механизма управления конкурентоспособностью предприятий пищевой промышленности - это эффективное использование ресурсов. Компании должны стремиться к оптимальному использованию своих финансовых, технических и человеческих ресурсов. Это включает в себя правильное распределение капитала, инновационную деятельность, обучение персонала и разработку эффективных процессов производства.

Единство культуры и ценностей внутри организации также является важным аспектом в механизме управления конкурентоспособностью. Компании должны создать сильные этические и корпоративные ценности, которые будут ориентировать деятельность всего коллектива. Наличие высокой коммуникационной культуры и открытого обмена знаниями внутри организации способствует росту инноваций и повышению качества продукции.

Неотъемлемой частью механизма управления конкурентоспособностью предприятий пищевой промышленности является построение эффективных отношений с клиентами и партнерами. Производители должны удовлетворять потребности своих клиентов, предлагая качественную продукцию и услуги, а также поддерживая постоянную коммуникацию с ними. Также необходимо устанавливать эффективные партнерские отношения с поставщиками сырья, технологическими компаниями и другими участниками пищевой индустрии.

Механизм управления конкурентоспособностью предприятий пищевой промышленности требует постоянного анализа и контроля. Компании должны регулярно проводить оценку своей конкурентоспособности, изучая состояние рынка, следя за изменениями потребительских предпочтений и конкуренцией. Это позволяет своевременно корректировать стратегию и принимать эффективные управленческие решения [5].

В заключение, механизм управления конкурентоспособностью предприятий пищевой промышленности представляет собой комплексный подход, включающий стратегическое планирование, эффективное использование ресурсов, формирование культуры и ценностей, построение отношений с клиентами и контроль. Он позволяет компаниям достичь высокой конкурентоспособности и занять устойчивое положение на рынке пищевой промышленности.

1. Емельянов, С.В. Международная конкурентоспособность американских производителей: политика фирм и конкурентные преимущества / С.В. Емельянов // Труд за рубежом. 2022. №2.
2. Портер, М. Конкуренция : учеб. пособие / М. Портер. М. : Вильямс, 2020.
3. Сенге, П.М. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации / Питер М. Сенге. М. : Олимп-Бизнес, 2023.
4. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р.А. Фатхутдинов. М. : ЭКСМО, 2021.
5. Шмидт, В.Р. Организация обучения на производстве в развитых странах Запада / В.Р. Шмидт // Труд за рубежом. 2022. №3.

Бичева Е.Е., Красюкова А.Н., Шмигирилова А.В.
Роль финансов в развитии международных отношений

*Воронежский государственный аграрный
университет имени императора Петра I
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-155

Аннотация

В данной статье исследуется роль финансов в формировании международных экономических отношений. В ней анализируется динамика финансовой глобализации, торгового финансирования, валютных механизмов и мобилизации иностранных инвестиций, подчеркиваются их последствия для экономических стратегий России и глобальной интеграции. В статье сформировано понимание вызовов и возможностей, предоставляемых глобальными финансами, через анализ участия России в международных финансовых

институтах и влияния иностранных инвестиций. В заключении предлагается направление для будущих исследований, связанное с оптимизацией финансовых инструментов для повышения экономической устойчивости и стабильности России на мировом рынке.

Ключевые слова: Россия, инвестиции, международная торговля, финансовая глобализация, мировая экономика, финансы.

Abstract

This article explores the role of finance in the formation of international economic relations. It analyses the dynamics of financial globalisation, trade finance, currency mechanisms and foreign investment mobilisation, highlighting their implications for Russia's economic strategies and global integration. The article develops an understanding of the challenges and opportunities presented by global finance through analysing Russia's participation in international financial institutions and the impact of foreign investment. The conclusion suggests a direction for future research related to the optimisation of financial instruments to enhance Russia's economic resilience and stability in the global market.

Keywords: Russia, investment, international trade, financial globalisation, world economy, finance.

В настоящее время мы наблюдаем беспрецедентное за много лет изменение международных экономических отношений (Далее – МЭО). Несмотря на санкционные ограничения, российский финансовый рынок остается частью международной финансовой системы [2, с.366]. В связи с этим видится целесообразным исследовать один из значительных факторов влияния на развитие МЭО. Цель данной статьи – проанализировать сложные взаимоотношения между финансами и МЭО, уделяя внимание глобализации, инвестициям, международной торговле, валютным отношениям и участию в международных фондах.

«Финансы – это совокупность экономических отношений, которые возникают в процессе использования, формирования и распределения денежных средств» [5, с.213]. МЭО – означают обмен товарами, услугами и капиталом через национальные границы, чему способствуют глобальные финансовые системы. Финансы предоставляют капитал, инструменты и механизмы для поддержки и расширения международной торговли и инвестиций, стимулируя экономическое сотрудничество и развитие между странами.

Финансовая глобализация – это интеграция национальных финансовых систем в глобальную сеть, обеспечивающую неограниченное движение капитала (в любых формах) и финансовых услуг через государственные границы. Это явление открывает странам, в том числе и России, доступ к более широким рынкам капитала, что, в свою очередь, стимулирует экономический рост, внедрение конкурентоспособных финансовых услуг и инноваций. «К отрицательным последствиям глобализации финансовых ресурсов мира в первую очередь относится усиление нестабильности национальных финансовых рынков, которые происходят в основном из-за того, что финансовые кризисы в отдельных регионах намного сильнее сказываются на других странах и регионах» [1, с.100].

Финансовая глобализация также является импульсом для внешних инвестиций, которые вносят значительный вклад в развитие и диверсификацию экономики. «Иностранные инвестиции осуществляются в виде привлечения средств иностранных государств-инвесторов, иностранных коммерческих организаций, международных строительных компаний для сооружения объектов в различных отраслях отечественной экономики» [4, с.28]. Прямые иностранные инвестиции (Далее – ПИИ) играют важную роль в передаче технологий, повышении управленческого опыта, увеличении глобальной конкурентоспособности страны, а также способствуют развитию отечественной промышленности.

Взаимосвязь между международной торговлей и финансами имеет значительное влияние для структуры мировой экономики, потому как такие финансовые механизмы, как ПИИ, обмен валюты и международное кредитование, поддерживают торговлю, предоставляя необходимый капитал и ликвидность для трансграничного обмена товарами и услугами. В

целом, стоит отметить, что данная динамика особенно важна для России, зависимой от продажи энергоресурсов и иностранных инвестиций. Однако введенные ограничения (санкции) в очередной раз показали, что российская экономика уязвима к колебаниям на международных рынках и изменениям инвестиционных потоков в силу своей зависимости от глобальной финансовой системы.

Касаясь валютных отношений подробнее, стоит отметить, что оценка их стоимости, определяемая динамикой рынка и директивами центральных банков, оказывает непосредственное влияние на конкурентоспособность национального экспорта и расходы на импорт. Экспортно-ориентированная экономика России делает ее финансовое состояние особенно чувствительным к изменениям стоимости валют, которые влияют на торговые балансы и общее экономическое равновесие. Центральные банки часто проводят интервенции на валютных рынках, чтобы стабилизировать или скорректировать стоимость национальной валюты в ответ на нестабильные обменные курсы и внешние финансовые потрясения. ЦБ РФ, в свою очередь, для корректировки курса рубля продает юани. Однако эти интервенции, направленные на обеспечение экономической стабильности, могут непреднамеренно исказить рыночные операции и спровоцировать ответные меры со стороны торговых партнеров. В целом, для решения проблем, связанных с неустойчивостью валютных курсов и финансовыми кризисами, России необходимо улучшить нормативно-правовую базу и в будущем наладить международное сотрудничество с недружественными странами, несмотря на положительные результаты укрепления экономических отношений с Китаем.

Участие России в международных экономических организациях и фондах, таких как МВФ и Всемирный банк, является стратегическим шагом, подчеркивающим ее приверженность глобальной экономической интеграции и сотрудничеству. «Данное содействие подразумевает введение определенных квот в уставные финансы и финансовые затраты сведений учреждений» [3, с.279]. Это участие обеспечивает доступ к финансовым ресурсам, техническому опыту и мировым рынкам, что может иметь решающее значение для решения внутренних экономических проблем и поддержки различных проектов развития. Кроме того, Россия позиционируется как важный игрок в формировании дискуссии о международной экономической политике и реформах, что помогает отстаивать свои интересы на международной арене и способствует справедливости, стабильности и росту мировой экономики. Таким образом, участвуя в международных финансовых механизмах, Россия использует эти платформы для повышения своей экономической устойчивости, привлечения иностранных инвестиций и содействия устойчивому развитию.

В завершении статьи мы приходим к выводу, что финансы играют значительную роль в формировании и развитии МЭО в современном этапе. Особенно важными аспектами финансовой структуры выступают: финансовая глобализация, инвестиции, международная торговля, валютные отношения и участие в международном фондах. Эти элементы важны и для России при формировании ее экономического фундамента и интеграции в глобальную экономику. В перспективе будущие исследования должны быть направлены на разработку стратегий, использующих финансовые инструменты для укрепления экономической устойчивости и роста, особенно на развивающихся рынках, таких как Россия.

1. Бреус, О. С. Роль финансов в развитии международных экономических отношениях / О. С. Бреус // Лучшая студенческая статья 2019 : сборник статей XXI Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 25 апреля 2019 года. – Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019. – С. 100-102. – EDN ZDHGOD.
2. Гаджимурадова, Л. А. Роль финансового рынка в экономическом развитии страны / Л. А. Гаджимурадова // Интеграция мировой науки и техники: новые концепции и парадигмы : Материалы II Международной научно-практической конференции, Ставрополь, 28 февраля 2023 года. – Ставрополь: Общество с ограниченной ответственностью «Ставропольское издательство «Параграф», 2023. – С. 365-367. – EDN LZSJUF.
3. Османов, К. М. Роль финансов в развитии международных отношений / К. М. Османов, В. С. Королева // EurasiaScience : Сборник статей LIII международной научно-практической конференции, Москва, 15 мая

- 2023 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Актуальность.РФ», 2023. – С. 278-281. – EDN BPRUKV.
4. Сидорина, Т. Н. Роль финансов в развитии международных экономических отношений / Т. Н. Сидорина // Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии : Сборник научных статей по итогам работы девятого международного круглого стола, Москва, 15–16 декабря 2019 года. Том Часть 2. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «КОНВЕРТ», 2019. – С. 27-29. – EDN ZSMTUI.
 5. Стенькина, Е. Н. Роль финансов в развитии международной торговли и экономической интеграции: современная оценка / Е. Н. Стенькина, Е. А. Стенькина, М. В. Мишин // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 28. – С. 212-217. – EDN IDAZFC.

Боробов В.Н.

Какие предприятия могут стать драйвером развития российской экономики?

*Московский экономический институт
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-156

Аннотация

В научной статье раскрывается сущность предприятий различных форм хозяйствования. Проводится анализ деятельности предприятий малого и среднего бизнеса. Рассматриваются крупные предприятия, их роль в Российской экономике. Предлагаются наиболее эффективные предприятия, которые могут стать драйвером российской экономики.

Ключевые слова: экономика, малый и средний бизнес, коммерческие организации, инвестиции, финансовая поддержка, экспорт, маркетинг, услуги, производство.

Abstract

The scientific article reveals the essence of enterprises of various forms of management. The analysis of the activities of small and medium-sized businesses is carried out. Large enterprises and their role in the Russian economy are considered. The most efficient enterprises that can become a driver of the Russian economy are proposed.

Keywords: economics, small and medium-sized businesses, commercial organizations, investments, financial support, export, marketing, services, production.

В настоящее время российская экономика находится в поиске правильной траектории развития. Особенно актуальна проблема приоритетного развития стала с наложением санкций, которые серьезно повлияли как на малый так и на средний бизнес. Под влиянием санкций изменились целые отрасли: производство и продажа, одежда, кино и работа кинотеатров, работа ресторанов (локальных брендов и крупных линеек фастфуда) - эти и многие другие направления в предпринимательстве претерпели серьезные изменения и столкнулись с новыми, неожиданными вызовами, которые предстоит решить.

Экономические эксперты указывают на то, что в сложившихся условиях развитие предприятий может стать ключевым фактором, способным внести значительный вклад в ускорение экономического развития России. Ключевой вопрос, который предстоит решить в ближайшее время - могут ли малые или крупные предприятия стать двигателями российской экономики, или есть потенциал для их кооперативного развития?

В России сегодня более 6 миллионов малых и средних предприятий. Они занимаются производством товаров и услуг, создают новые рабочие места, повышают внутренние инвестиции, чтобы поддержать национальную экономику.

К малому и среднему бизнесу (предпринимательству) в России относятся предприятия, которые внесены в Единый государственный реестр юридических лиц (потребительские кооперативы и коммерческие организации, за исключением государственных и муниципальных

унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в Единый госреестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие условиям, перечисленным в Федеральном законе от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

Для поддержки МСП в России были разработаны специальные критерии, которые определяют, какие предприятия могут быть отнесены к этой категории.

Первым критерием является количество сотрудников: МСП должны иметь от 1 до 250 сотрудников. Вторым критерием является оборот предприятия. Для малых предприятий годовой оборот не должен превышать 800 миллионов рублей, для средних – 2 миллиарда рублей.

Третьим критерием являются операционные характеристики предприятий. Для МСП характерно более ограниченное количество видов производимой продукции или предоставляемых услуг.

Таким образом, критерии МСП включают ряд ключевых параметров, которые определяют, какие предприятия могут считаться малыми и средними. Эти критерии позволяют выявлять наиболее перспективные компании для инвестирования и финансовой поддержки, а также способствуют развитию экономики страны в целом.

Малые и средние предприятия (МСП) являются важной составляющей российской экономики. Они играют большую роль в создании новых рабочих мест, удовлетворении спроса на различные товары и услуги, а также в развитии регионов страны.

По оценкам экспертов, доля МСП в России составляет около 20% ВВП (по данным Минэкономразвития РФ, МСП вносят в экономику страны 23% ВВП) и создает около 50% рабочих мест.

Кроме того, МСП осуществляют значительную долю экспорта товаров и услуг. Однако, несмотря на значимую роль МСП в экономике, сегодняшнее состояние отрасли неоднозначно.

Во-первых, структура МСП неоднородна. Большинство малых предприятий являются субъектами розничной торговли, услуг, сферы общественного питания, больше всего - в торговле. «Есть некоторые тенденции для IT-компаний и инновационных компаний, но их очень мало, развитие очень медленное,» - цитата Сергея Борисова. К тому же, новые экономические вызовы подталкивают малый и средний бизнес к тому, чтобы изменить приоритет в выборе отрасли.

Во-вторых, многие МСП сталкиваются с рядом проблем, которые затрудняют их развитие и выживание на рынке. Одна из главных проблем – это недостаток финансирования. Многие малые и средние предприятия не могут получить кредиты в банках на доступных условиях.

В-третьих, российское законодательство по-прежнему несовершенно в отношении МСП и не соответствует международным стандартам. Значительная доля малых и средних предприятий продолжает работать в «теневом» секторе экономики, что затрудняет их доступ на рынок и конкуренцию.

МСП до сих пор сталкиваются с множеством трудностей и рисков. Недостаточная конкуренция на рынке, высокая стоимость кредитования, ограничение доступа к ресурсам, сложности в получении лицензий и разрешений - все это тормозит развитие МСП в России. Кроме того, сильная зависимость МСП от конъюнктуры рынка и изменений в правительственной политике создает дополнительный риск для малых и средних предприятий.

Для того чтобы повысить уровень развития МСП, необходимо создать более благоприятные условия для их деятельности. Кроме этого, государство должно содействовать укреплению конкуренции на рынке, чтобы создать более благоприятную среду для роста малых и средних предприятий. Далее рассмотрим крупные предприятия.

Понятие крупных предприятий является важным элементом в экономике и бизнесе. Крупное предприятие - это компания, которая имеет крупный объем производства, продаж

и/или значимый рыночный вес. Обычно крупные предприятия располагают большими возможностями для масштабирования, имеют большой потенциал для снижения затрат на производство и маркетинговые мероприятия.

В России большинство крупных предприятий относятся к тяжелой промышленности, нефтегазовой сфере, военной или финансовой. Необходимо учитывать специфику санкционных ограничений: в первую очередь санкции затронули энергетический, финансовый и военный сектора экономики - то есть как раз те, где больше всего крупных предприятий, в которых велика доля государственного участия. Запрещено кредитованием компаний из этих секторов (в их числе «Роснефть», «Транснефть» и др.), ограничены поставки необходимых деталей и материалов. Несмотря на это, большинство теплообменники, турбины, компрессоры и др. успешно импортируются. Часть необходимого производится и в России, но или не хватает мощностей производства для удовлетворения потребностей производства, или характеристики производимого не соответствуют техническим требованиям.

Крупные предприятия имеют несколько преимуществ в сравнении с малыми и средними компаниями. Во-первых, они обладают большими возможностями расширения масштабов производства. Крупные производственные компании могут использовать большие объёмы сырья и материалов, что снижает затраты на их закупку. Кроме того, у крупных предприятий есть возможность применять новые технологии и инновации.

Во-вторых, крупные предприятия имеют большую мощность в отношении маркетинговых действий. У них есть возможность запускать крупные рекламные кампании, иметь более крупный бюджет на проведение мероприятий, например, на проведение выставок, конференций и других торговых мероприятий. Крупные компании также могут использовать различные каналы маркетинга, такие как телевидение, радио, Интернет, печатные издания и другие.

Однако существуют и некоторые недостатки крупных предприятий. Они часто имеют большую структуру управления, а это приводит к увеличению затрат на управление, в том числе на зарплату, консультации и другие расходы.

Также крупные предприятия, находящиеся в индустриях с низкой доходностью, могут стать жертвами конкуренции от крупных конкурентных компаний. В этом случае малые и средние компании могут иметь некоторые конкурентные преимущества, например, более гибкую структуру управления и способность быстро реагировать на изменения рынка.

Кроме того, крупные предприятия могут столкнуться с проблемами в связи с регулированием государством и общественным мнением. Некоторые крупные компании могут оказывать негативное влияние на окружающую среду или злоупотреблять своей властью и влиянием.

В России крупные предприятия уже давно играют важную роль в экономике страны. Они создают рабочие места, производят товары, привлекают инвестиции и способствуют развитию секторов экономики. За период с 2015 по 2022 годы крупные предприятия продолжали быть на переднем плане по многим факторам.

Прежде всего, крупные предприятия оказывают значительное влияние на экономический рост страны. Их производство и продажа товаров и услуг способствуют увеличению объема ВВП и улучшению торгового баланса. При этом крупные предприятия часто выступают в роли экспортеров и привлекают в экономику страны иностранные инвестиции.

Кроме того, крупные предприятия играют важную роль в социальной сфере. Они создают рабочие места и обеспечивают высокий уровень оплаты труда, что способствует улучшению жизненного уровня населения. Помимо этого, крупные предприятия имеют важное значение для технологического развития страны. Их инвестиции в науку и технологии способствуют развитию инновационных решений и внедрению новых технологий в производственный процесс. Это дает возможность повышать качество продукции, укреплять конкурентоспособность на рынке и повышать эффективность производства.

Таким образом, крупные предприятия играют важную роль в экономике, однако они имеют и некоторые недостатки. Для успешного функционирования крупной компании необходимы хорошо продуманная бизнес-стратегия, грамотная организация управления и отношений своими конкурентами, клиентами и обществом в целом. Какие же предприятия могут стать драйвером российской экономики?

Российская экономика сильно полагается на крупные предприятия, особенно на те, которые задействованы в нефтегазовом секторе. С другой стороны, есть МСП, которые в России пусть и развиты, но недостаточно. В это же время в развитых странах Запада доля малого и среднего бизнеса в экономике составляет от 50 до 90%.

В условиях санкций российская экономика стоит перед острым вопросом: на предприятия какого типа сделать ставку, чтобы была возможность достичь экономического роста? Ответ простой - малый и средний бизнес должен кооперироваться с крупным. В сложившейся ситуации именно это - правильный вариант. Почему?

Во-первых, крупные предприятия могут передавать некоторые свои задачи на аутсорсинге малым предприятиям. МСП может помочь крупному бизнесу в том числе с поиском решений для импортозамещения и налаживания новых логистических цепочек и каналов продаж, замещать технологии и др. Вот, например, данные из опроса Сбера о том, как МСП может помочь крупным предприятиям:

Во-вторых, МСП за счет своих организационных особенностей более мобильны на рынке и обладают большей операционной гибкостью, из-за чего они быстрее реагируют на изменения цены и внедряют новые решения. Но по тем же причинам МСП страдают неустойчивостью на рынке, с чем им мог бы помочь крупный бизнес, дав малым и средним предприятиям стабильность, возможность долгосрочного планирования, доступ к большим ресурсам.

Наиболее выгодным такое сотрудничество является для маркетплейсов. Маркетплейс, как большая площадка со своей наработанной лояльной аудиторией и ресурсами для организации хранения и логистики, представляет очевидный интерес для МСП, потому что всего вышеперечисленного у малого бизнеса нет. Маркетплейс же заинтересован в разнообразии товаров и заказчиков.

Стоит отметить, что сотрудничество крупного бизнеса и МСП - базовый принцип существования современной рыночной экономики. Комплексная взаимосвязь разных секторов обеспечивает эффективное развитие всей хозяйственной системы страны.

Дальнейшему развитию формирующихся связей между МСП и крупными предприятиями могли бы способствовать налоговое и финансовое стимулирование. При этом крупный бизнес больше заинтересован в льготном финансировании и субсидировании, а малый - в налоговых льготах. Также бизнес заинтересован в общем упрощении регулирования и документооборота.

В заключение, хотелось бы отметить, что в России есть потенциал для развития МСП. Согласно отчётов Сбера, аналитики и эксперты ждут, что ближайшее время малый и средний бизнес будет активно развиваться и занимать все большую долю в российской экономике.

Однако нужно признать, что у технологических и экологических стартапов с большим потенциалом все еще нет достаточных ресурсов для самостоятельного развития. В это же время у крупных компаний есть ресурсы, человеческие и материальные, но нет инновационных идей. Именно поэтому крупный бизнес и МСП должны кооперироваться.

1. Ткачёв, И. Росстат впервые рассчитал долю нефти и газа в российском ВВП / И. Ткачёв. — Текст: электронный // РБК: [сайт] URL: <https://www.rbc.ru/economics/13/07/2021>
2. Молев Дмитрий Алексеевич Современное состояние МСБ в США и основные проблемы его развития // Наука, образование и культура. 2020. №3 (47).
3. Плетнев Дмитрий Александрович, Бархатов Виктор Иванович, Наумова Ксения Андреевна Критерии малого и среднего бизнеса в разных странах и его масштабы: сравнительное исследование // Вестник ЧелГУ. 2021. №6 (452).

4. Егорова Н.Е. Российская солнечная энергетика: стратегии развития на базе её синтеза с сектором малого и среднего бизнеса // *Beneficium*. 2022. №4 (45).
5. Хавина Лилия Аркадьевна Современная ситуация состояния малого и среднего бизнеса в России // *Теоретическая и прикладная экономика*. 2022. №2.

Боташева Л.С., Аджиева А.А.

Инновационные подходы к управленческому учету в современной организации

*Северо-Кавказская государственная академия
(Россия, Черкесск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-157

Аннотация

Инновационные подходы к управленческому учету играют ключевую роль в повышении эффективности и конкурентоспособности современных организаций. Они позволяют собирать и анализировать большое количество данных, принимать обоснованные решения, оптимизировать бизнес-процессы и управлять рисками.

Среди инновационных подходов к управленческому учету можно выделить автоматизацию процессов с помощью программных средств, внедрение бизнес-аналитики и big data аналитики, применение методов искусственного интеллекта и машинного обучения, реализацию цифровых технологий и облачных решений.

Основные преимущества инновационных подходов к управленческому учету включают повышение точности и своевременности данных, улучшение управленческих решений, снижение затрат и рисков, увеличение эффективности бизнеса в целом.

Таким образом, инновационные подходы к управленческому учету помогают организациям быть готовыми к вызовам современного бизнеса и эффективно управлять своей деятельностью.

Ключевые слова: цифровизация, Интеграция данных, Автоматизация процессов, Использование аналитики данных, Облачные технологии, Гибридные системы учета, Big data, Использование искусственного интеллекта, Мобильные приложения для учета, Электронные отчеты и документация

Abstract

Innovative approaches to management accounting play a key role in improving the efficiency and competitiveness of modern organizations. They allow you to collect and analyze a large amount of data, make informed decisions, optimize business processes and manage risks.

Among the innovative approaches to management accounting, it is possible to highlight the automation of processes using software tools, the introduction of business intelligence and big data analytics, the use of artificial intelligence and machine learning methods, the implementation of digital technologies and cloud solutions.

The main advantages of innovative approaches to management accounting include improving the accuracy and timeliness of data, improving management decisions, reducing costs and risks, and increasing business efficiency in general. Thus, innovative approaches to management accounting help organizations to be prepared for the challenges of modern business and effectively manage their activities.

Keywords: digitalization, Data integration, Process automation, Use of data analytics, Cloud technologies, Hybrid accounting systems, Big data, Use of artificial intelligence, Mobile accounting applications, Electronic reports and documentation

В современном динамичном бизнес-мире управленческий учет играет ключевую роль в успешном функционировании организаций. Управленческий учет – это система сбора, анализа и представления информации о финансовой деятельности предприятия, которая помогает

принимать обоснованные управленческие решения и способствует достижению стратегических целей компании.

Определение управленческого учета неразрывно связано с процессом принятия управленческих решений на основе данных о финансовой деятельности. Важными компонентами управленческого учета являются планирование, контроль, анализ и оценка результатов работы организации.

Целью данной статьи является рассмотрение понятия управленческого учета, его основных характеристик и роли в современных организациях. Мы также обсудим значимость управленческого учета для принятия стратегических решений и повышения эффективности бизнеса. Отметим основные принципы и методы управленческого учета, которые помогают компаниям быть конкурентоспособными на рынке и успешно развиваться.

Разбираясь в сущности и смысле управленческого учета, мы сможем лучше понять его значение для современных организаций и оценить влияние на принятие стратегических решений, обеспечивая стабильность и успешное развитие бизнеса в долгосрочной перспективе.

Управленческий учет играет ключевую роль в принятии стратегических решений и повышении эффективности управления организацией. Современные компании сталкиваются с рядом тенденций и вызовов, которые влияют на развитие управленческого учета и требуют новых подходов к его организации.

Одной из основных тенденций является цифровизация бизнеса. С появлением цифровых технологий все больше компаний переходят на электронные системы управленческого учета, что позволяет автоматизировать процессы, улучшить аналитику и обеспечить доступ к актуальным данным в реальном времени.

Другой важной тенденцией является увеличение объема данных. Большое количество информации, поступающей из различных источников, требует от управленческого учета способности эффективно обрабатывать и анализировать данные для принятия обоснованных решений.

Также важным вызовом является необходимость адаптации управленческого учета к изменяющимся условиям бизнеса. Глобализация, изменения в законодательстве, конкуренция на рынке – все это требует от менеджеров и бухгалтеров постоянного совершенствования системы управленческого учета.

Для успешного преодоления этих вызовов необходимо уделять внимание развитию профессиональных компетенций сотрудников, внедрению современных технологий, а также постоянному мониторингу рыночных тенденций и изменений в бизнес-среде. Только так компания сможет эффективно использовать управленческий учет в своей стратегии развития и достичь поставленных целей.

С развитием цифровых технологий и возникновением таких явлений, как Интернет вещей, искусственный интеллект и облачные технологии, управленческий учет стал более доступным и эффективным для компаний всех размеров.

Одним из наиболее значимых изменений, которые привнесли цифровые технологии в управленческий учет, является автоматизация процессов. Благодаря использованию специализированного программного обеспечения, бухгалтерские операции, составление бюджетов и анализ финансовых данных стали более быстрыми и точными. Это позволяет компаниям вовремя выявлять проблемные места в управлении и принимать оперативные решения для их решения.

Кроме автоматизации, цифровые технологии также позволяют собирать и анализировать данные в реальном времени. Это позволяет менеджерам быстро реагировать на изменения внешней среды и принимать информированные управленческие решения. Кроме того, благодаря возможности интеграции различных систем учета и отчетности, компании могут получать более полное представление о своей финансовой деятельности.

Важным аспектом цифровизации управленческого учета является повышение безопасности данных. Современные технологии позволяют защитить конфиденциальные данные компании от несанкционированного доступа и утечек. Благодаря использованию

шифрования и других методов защиты информации, компании могут быть уверены в сохранности своих данных.

Таким образом, цифровые технологии играют ключевую роль в современном управленческом учете, обеспечивая компаниям большую эффективность, точность и безопасность ведения финансовой деятельности. Для успешного развития бизнеса в современном мире необходимо активно внедрять новые технологии и следить за последними тенденциями в области управленческого учета.

Большие данные (Big Data) – это совокупность данных большого объема и разнообразной структуры, которые невозможно обработать с помощью традиционных методов и инструментов управления информацией. Использование больших данных стало ключевым инструментом для эффективного управленческого учета в современной бизнес-среде.

Одним из основных преимуществ использования больших данных для управленческого учета является возможность анализа большого объема информации и выявления скрытых закономерностей и тенденций. Это позволяет руководителям принимать информированные решения на основе данных и повышать эффективность управленческого процесса. Кроме того, использование больших данных позволяет автоматизировать процессы сбора и анализа информации, что позволяет сократить время, затрачиваемое на обработку данных, и повысить точность и достоверность управленческой информации.

Другим важным преимуществом использования больших данных для управленческого учета является возможность прогнозирования и моделирования будущих событий на основе анализа исторических данных. Это помогает руководителям принимать обоснованные стратегические решения и прогнозировать возможные риски и возможности для бизнеса.

Однако, необходимо учитывать, что использование больших данных также требует комплексных технологических решений и квалифицированных специалистов для их обработки и анализа. Поэтому перед внедрением системы управления на основе больших данных необходимо провести анализ потребностей бизнеса и обеспечить необходимые ресурсы и экспертизу для успешной реализации проекта.

В целом, использование больших данных для управленческого учета позволяет улучшить качество принимаемых решений, повысить эффективность и конкурентоспособность бизнеса и успешно управлять изменениями в современной экономической среде.

Роботизация процессов и применение искусственного интеллекта стали неотъемлемой частью современного управленческого учета. Технологии автоматизации исключают человеческий фактор из рутинных операций и повышают эффективность и точность финансовой отчетности.

Роботизация процессов в управленческом учете позволяет автоматизировать многие задачи, которые раньше требовали большого количества времени и усилий. Роботы могут выполнять рутинные операции, такие как сбор и обработка данных, анализ финансовой информации, подготовка отчетов, а также мониторинг и контроль финансовых показателей.

Искусственный интеллект позволяет проводить анализ данных на более глубоком уровне и делать прогнозы на основе большого объема информации. Алгоритмы машинного обучения могут самостоятельно находить закономерности в данных и предлагать оптимальные стратегии управленческих решений.

Вместе роботизация процессов и искусственный интеллект помогают сократить затраты на управленческий учет, повысить эффективность бизнес-процессов и минимизировать риск возникновения ошибок. Кроме того, автоматизация процессов позволяет управлять большими объемами данных и обеспечивать высокую степень детализации финансовой информации.

Однако, необходимо учитывать, что внедрение роботизации и искусственного интеллекта требует достаточно сложных технологических и организационных изменений. Компаниям следует тщательно планировать и контролировать процесс внедрения новых технологий, чтобы максимально эффективно использовать их потенциал в управленческом учете.

Таким образом, инновационные подходы к управленческому учету играют ключевую роль в повышении эффективности и конкурентоспособности современной организации. Использование новых технологий, аналитических инструментов, автоматизации процессов и развитие цифровых платформ позволяют улучшить качество управленческой информации, принимать обоснованные решения и быстро реагировать на изменения на рынке. Кроме того, инновационные подходы способствуют оптимизации затрат, улучшению управления рисками, повышению эффективности производственных процессов и увеличению прибыли организации. Современные технологии позволяют создавать интегрированные системы управления, учитывающие все аспекты деятельности компании и обеспечивающие полную видимость бизнес-процессов.

Таким образом, внедрение инновационных подходов к управленческому учету является необходимым условием для успешного развития современной организации в условиях быстро меняющегося рынка и конкуренции. Организации, которые активно внедряют новые технологии и методы управленческого учета, имеют большие шансы на достижение высоких результатов и устойчивый рост в долгосрочной перспективе.

1. Hansen, S.C., Peters, G.F., 2017. Management accounting (8th ed.). Chicago, IL: Cengage Learning.
2. Bhimani, A., Horngren, C.T., Datar, S., Rajan, M., 2013. Management and cost accounting. Pearson Education.
3. Kaplan, R.S., Anderson, S.R., 2016. Time-driven activity-based costing: A simpler and more powerful path to higher profits. Harvard Business Press.
4. Drury, C., 2018. Management and cost accounting. Cengage Learning EMEA.
5. Langfield-Smith, K., Thorne, H., Hilton, R.W., 2018. Management accounting: Information for managing and creating value. McGraw-Hill Education.
6. Horngren, C.T., Datar, S.M., Rajan, M.V., 2012. Cost accounting: A managerial emphasis. Pearson Higher Ed.
7. Shank, J.K., Govindarajan, V., 2017. Management control systems. Routledge.
8. Cooper, R., 2017. Cost management: A strategic emphasis. McGraw-Hill Education.
9. Chenhall, R.H., Smith, D., 2017. Management control systems: Performance measurement, evaluation and incentives. Cengage Learning.
10. Hansen, D.R., Mowen, M.M., Guan, L., 2009. Cost management: accounting and control. Cengage Learning.

Боташева Л.С., Асланова Д.А., Узденова З.Р.

Методы учета затрат в зависимости от характера производственного процесса

ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская Государственная Академия»

(Россия, Черкесск)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-158

Аннотация

Современная концепция финансового менеджмента определяет максимизацию его рыночной стоимости как стратегическую цель коммерческого предприятия. Одним из способов повышения капитализации предприятия является оптимизация операционной прибыли. Для этого организации необходимо выбрать такой метод учета и расчета затрат, который бы максимизировал эту прибыль с учетом приемлемого риска.

Выбор метода учета затрат и метода расчета зависит от ряда факторов, таких как размер организации, отраслевая принадлежность, ассортимент продукции и т. д. Следовательно, важно классифицировать методы учета и расчета затрат по определенным классификационным критериям.

Ключевые слова: учёт затрат, калькуляция, себестоимость продукции, управление затратами, предприятие, метод, амортизация, продукция.

Abstract

The modern concept of financial management defines the maximization of its market value as the strategic goal of a commercial enterprise. One of the ways to increase the capitalization of an enterprise is to optimize operating profit. To do this, the organization needs to choose a cost accounting and calculation method that would maximize this profit, taking into account acceptable risk.

The choice of cost accounting method and calculation method depends on a number of factors, such as the size of the organization, industry affiliation, product range, etc. Therefore, it is important to classify cost accounting and calculation methods according to certain classification criteria.

Keywords: cost accounting, calculation, cost of production, cost management, enterprises, method, depreciation, products.

В зависимости от характера производственного процесса на предприятии учет затрат организуется попердельным или позаказным методом [1].

Попердельный метод затрат применяется в отраслях, где готовая продукция получается в результате последовательной переработки сырья на отдельных, технологически прерывистых стадиях или стадиях переработки. Передел – совокупность технологических операций, в результате которых производится промежуточный продукт (полуфабрикат) или производится готовая продукция. Сущность данного метода состоит в том, что затраты учитываются перераспределениями в рамках калькуляций статей и видов продукции. Прямые затраты учитываются по каждому переделу, а косвенные – по цеху, производству и предприятию в целом, с последующим распределением между себестоимостью переделов по принятым базам распределения. Такой метод применяется при производстве колбас, консервов, пива, безалкогольных напитков, а также других производств.

Существует два варианта способа передачи учета затрат: полуфабрикатный и бесполуфабрикатный. В первом варианте продукты каждого предыдущего этапа обработки являются полуфабрикатами для последующих этапов обработки или могут продаваться на стороне.

Это определяет необходимость оценки полуфабрикатов по фактической, нормативной или плановой себестоимости, либо по расчетным или отпускным ценам [3].

Второй вариант для каждого этапа обработки учитываются только затраты на обработку. Себестоимость готовой продукции рассчитывается путем сложения затрат сырья, затрат на всех стадиях переработки и общих затрат на производство. В этом случае рассчитывается только себестоимость готовой продукции.

Позаказный метод учета затрат применяется в индивидуальных, мелкосерийных, опытно-экспериментальных производствах и на ремонтных работах. Этот метод используется для расчета затрат на заказы на производство одного изделия или небольшой серии одинаковой продукции. На каждый заказ в бухгалтерии открывается карточка, в которой учитывается стоимость заказа за весь период его выполнения.

Прямые затраты учитываются по цехам и заказам на основании первичных документов. Первичная документация для учета таких затрат готовится по каждому заказу отдельно. Косвенные затраты включаются в стоимость распределительных заказов пропорционально принятой в организации базе распределения. Во время выполнения заказа затраты учитываются как незавершенное производство. После выполнения заказа он закрывается и рассчитываются затраты на его выполнение, которые за вычетом возвратных отходов, конечных браков и возврата неиспользованных материалов на склад становятся фактической себестоимостью продукции, произведенной по заказу. Если в соответствии с заказом изготавливалось несколько одинаковых изделий, себестоимость единицы определяется делением суммы затрат по статьям калькуляции на количество выработанной продукции. Данный метод может применяться, например, в швейном производстве, в судостроении и других производствах [2].

Затраты на каждую операцию распределяют по единицам продукции, прошедшим данную операцию, пропорционально средней величине добавленных затрат. Затраты на основные материалы относят на определенный вид продукции аналогично позаказному методу. Преимущество пооперационного метода состоит в «привязке» калькуляции к технологическому процессу. Рассмотрим на примере ЗАО «Карачаевский пивзавод» [5].

В таблицах 1 и 2 указаны затраты на производство продукции по ЗАО «Карачаевский пивзавод» за 2021 – 2022 годы.

Затраты на производство продукции по ЗАО «Карачаевский пивзавод» за 2021 год.

Элемент затрат	Сумма, тыс. руб.			Структура затрат, %		
	план	факт	+, –	план	факт	+, –
1	2	3	4	5	6	7
Материальные затраты	116162	118601	+ 2439	73,4	72,2	– 1,2
Зарботная плата	32150	35187	+ 3037	20,3	21,4	+ 1,1
Отчисления в фонд социального страхования	9645	10211	+ 566	6,1	6,2	+ 0,1
Амортизация основных средств	201	201	–	0,1	0,1	–
Прочие расходы	52	57	+ 5	0,03	0,03	–
Полная себестоимость	158210	164257	+ 6047	100	100	–
В том числе:						
переменные расходы	116162	118658	+ 2496	73,4	72,2	– 1,2
постоянные расходы	42048	45599	+ 3551	26,6	27,8	+ 1,2

По данным таблицы 1, фактические затраты предприятия выше плановых назначений на 6047 тыс. руб., или на 3,8%. Перерасход произошел по всем видам и особенно по материальным затратам. Наблюдается увеличение, как переменных, так и постоянных расходов. Изменилась несколько и структура затрат: уменьшилась доля материальных затрат на 1,2%, при этом прочие расходы остались на уровне плановых назначений, структура заработной платы увеличилась на 1,1%, при этом амортизация основных средств также осталась на уровне плановых назначений. Амортизация основных средств осталась на уровне плановых назначений, что является положительным фактором в деятельности предприятия. Такое планирование в дальнейшем поможет предприятию избежать переплат при приобретении основных средств, в последующем производственном процессе.

Уровень амортизации зависит от четкого исполнения плана объема и стоимости приобретения основных средств. А резервы в данной статье калькуляции заключаются в том, что предприятие отказывается от технических излишек зданий, сооружений, оборудования и выигрывает на стоимости приобретения, наладке и установке новых основных средств.

Таблица 2

Затраты на производство продукции ЗАО «Карачаевский пивзавод» за 2022 год.

Элемент затрат	Сумма, тыс. руб.			Структура затрат, %		
	план	факт	+, –	план	факт	+, –
Материальные затраты	111236	126644	+ 15408	67,72	68,08	+ 0,36
Зарботная плата	40476	45120	+ 4644	24,64	24,26	– 0,38
Отчисления в фонд социального страхования	12262	13886	+ 1624	7,47	7,47	–
Амортизация основных средств	203	203	–	0,12	0,11	– 0,01
Прочие расходы	80	147	+ 67	0,05	0,08	+ 0,03
Полная себестоимость	164257	186000	+ 21743	100	100	–
В том числе:						
переменные расходы	111316	126791	+ 15475	68	68	–
постоянные расходы	52941	59209	+ 6268	32	32	–

По данным таблицы 2, фактические затраты предприятия выше плановых назначений на 21743 тыс. руб., или на 13,2%. Как и в 2021 году, перерасход произошел по всем видам и особенно по материальным затратам. Наблюдается увеличение, как переменных, так и постоянных расходов. Изменилась несколько и структура затрат: увеличилась доля материальных затрат на 0,36% и прочих расходов на 0,03%, при этом структура заработной платы уменьшилась на 0,38%, незначительно и на 0,01% уменьшилась амортизация основных средств, в связи с инфляцией.

Сравнивая данные таблиц 1 и 2 можно сделать вывод, что расходы на оплату труда, в общих суммах затрат ЗАО «Карачаевский пивзавод» занимают значительную долю в структуре себестоимости продукции. Снижение затрат может произойти в результате

изменений в организации производства, форм и методов работы, совершенствовании управления производством, также при более эффективном использовании основных средств, улучшении материально-технического снабжения, снижении транспортных расходов, повышающих уровень организации производства.

Материальные затраты в структуре себестоимости продукции за 2021 – 2022 годы занимают 72% и 68% соответственно, очевидна сохранность этих затрат в дальнейшем и стремление предприятия к их рациональному использованию.

Кроме стремления к снижению материальных затрат на производство, постоянной задачей является снижение себестоимости продукции, сокращение доли административных и непроизводственных расходов.

Из-за повышения уровня переменных затрат в 2021 – 2022 годах, по сравнению с плановыми назначениями, расходы по материальным затратам на производство продукции ЗАО «Карачаевский пивзавод» увеличились на 2496 тыс. руб. и 15 475 тыс. руб., соответственно.

Постоянные расходы, за рассматриваемый период, возросли по сравнению с плановыми назначениями и составили 3551 тыс. руб. и 6268 тыс. руб., что послужило одной из причин увеличения общих сумм затрат на производство в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

Ежегодный рост материальных затрат на производство продукции по ЗАО «Карачаевский пивзавод» происходит в связи с ростом тарифов предприятия-поставщиков на электроэнергию, газ, воду, горюче-смазочные материалы, а также с ежегодным ростом цен на закупаемую евробутылку, солод, дрожжи, хмель, кронепробку, этикетку, соду, моющие средства, сахар, грушевую эссенцию, углекислоту, гофролотки, пленку, тару, крышки, а также нарзан и воду добываемую со скважин. Такой рост наблюдается ежегодно в среднем на 10 – 12%, в зависимости от вида продукции и оказываемых услуг.

Таким образом, в современных условиях предприятие должна отдавать предпочтение той системе учета затрат, которая наиболее соответствует конечным целям организации и при которой затраты являются наиболее объективными и управляемыми. Эффективным способом организации учета и распределения затрат, выбора метода учета затрат, становится своеобразное сосуществование различных методов учета и расчета себестоимости продукции на предприятии [4].

1. Бердичевская, В. О. Учет затрат на производство и реализацию продукции и калькулирование себестоимости продукции: учебное пособие для вузов / В. О. Бердичевская. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 159 с. – (Высшее образование).
2. Говдя, В. В. Управленческий учет затрат на современном предприятии: научное издание / В. В. Говдя, Ж. В. Дегальцева. – Краснодар: изд-во «КрасЕрон», 2018. – 187 с.
3. Сигаева, Е.М. Методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции [Электронный ресурс]: справочник / Е.М. Сигаева. – Электрон.текстовые данные, 2017. – Режим доступа: <https://nalog-nalog.ru/>. – Загл. с экрана.
4. Элементы затрат и себестоимость продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.ru/9_58453_elementi-zatrat-i-sebestoimost-produktsii.html. – Заглавие с экрана.
5. Официальный сайт ЗАО «Карачаевский пивзавод» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kchr-pivzavod.ru>.

Бузажи У.П., Васильева О.А.

Потенциал индустрии серфинг-туризма: мировые тенденции и российская практика

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-159

Аннотация

В статье исследуется текущее состояние и перспективы развития отрасли серфинг-туризма в России и за рубежом. На сегодняшний день индустрия проживает подъем, обусловленный растущим интересом со стороны потенциального потребителя, что является одним из базовых факторов развития рынка. Отдельное внимание уделено созданию искусственных спотов для проведения занятий серфингом в условиях городской среды вдали от

побережий, положительному влиянию медиа по формированию привлекательного образа данной отрасли в глазах потенциальных туристов, а также активной популяризации тренда на здоровый образ жизни. Сделан вывод о высоком потенциале и перспективах индустрии в контексте реализации национальных программ по развитию регионов РФ через популяризацию внутреннего туризма.

Ключевые слова: серфинг-туризм, туризм, серфинг спот, туристско-рекреационный комплекс, возможности, рынок, регионы РФ.

Abstract

The article examines the current state and prospects for the development of the surfing tourism industry in Russia and abroad. Today, the industry is booming due to the growing interest from potential consumers, which is one of the basic factors of market development. Special attention is paid to the creation of artificial spots for surfing in an urban environment far from the coasts, the positive influence of media on the formation of an attractive image of this industry in the eyes of potential tourists, as well as the active popularization of the trend for a healthy lifestyle. The conclusion is made about the high potential and prospects of the industry in the context of the implementation of national programs for the development of the regions of the Russian Federation through the popularization of domestic tourism.

Keywords: surfing tourism, tourism, surfing spot, tourist and recreational complex, opportunities, market, regions of the Russian Federation.

В современном мире рынок туристических услуг занимает немаловажную роль в экономике широкого списка стран, в том числе и РФ. По данным Росстата на 2022 г. вклад сферы туризма в мировой ВВП составляет 7 682,5 млрд. долларов США, создавая при этом 295,4 млн. рабочих мест [1]. Мировой рынок спортивного туризма по разным оценкам составляет 800 млн долларов США. Ежегодно в него вовлекаются от 12 до 15 млн человек, ожидается ежегодный прирост на уровне 6 %. Эксперты связывают это с влиянием трех факторов: рост благосостояния населения; повышенный интерес к спортивному туризму как способу выйти из зоны комфорта; растущий вклад данного сектора в ВВП и занятость населения. Одновременно в мире наблюдается рост рынка оздоровительного (wellness) туризма, связанного со спортом и здоровым образом жизни [2].

Международная ассоциация серфинга (ISA), основанная в 1964 году, признана Международным олимпийским комитетом Всемирным руководящим органом по серфингу. ISA регулирует и определяет серфинг как шортборд, лонгборд и бодибординг, гонки и серфинг с веслом (SUP), парасерфинг, бодисерфинг, вейксерфинг и все другие виды катания на волнах любого типа и на плоской воде с использованием оборудования для катания на волнах. Первые соревнования по серфингу были проведены ISA в 1964 году, чемпионат мира по большим волнам в 1965 году, чемпионат среди юниоров в 1980 году, чемпионаты по лонгборду и бодиборду в 1988 году. С появлением новых видов серфинга позднее проводились и другие чемпионаты. В состав ISA входят национальные федерации серфинга из 109 стран на пяти континентах [3]. Международная ассоциация серфинга ISA осуществляет лицензирование школ серфинга по всему миру для повышения уровня услуг и гарантии безопасности и квалифицированной помощи в обучении. Школы, созданные в соответствии с рекомендациями ISA и международными стандартами представлены на официальном сайте организации и рекомендуются ею для обучения. Данный список состоит из 48 учреждений по всему миру [4].

Разделение долей мирового рынка между регионами носит яркий конкурентный характер, в котором каждый из игроков имеет уникальный и неповторимый туристический продукт. Данный факт объясняется особенностями географического положения, рекреационными возможностями и экономико-историческим контекстом. В числе регионов с наиболее развитой сферой серфинг-туризма находятся: Северная и Южная Америка, Азиатско-Тихоокеанский регион и Европа.

На мировом рынке серфинг-туризма Российские локации только начинают развиваться, формируя первичную узнаваемость и интерес к новым серф-спотам. Молодое направление начало свое развитие примерно в начале 2000-х на отечественных берегах. В 2008 году в России была сформирована Федерация серфинга, которая дала людям понимание о том, что такое короткая, длинная доска, о серфинге на груди, вейк-серфинге и других нюансах. С 2010 года в стране начали организовываться соревнования. Серфинг-индустрия в России с каждым годом набирает все большую популярность среди широкого круга людей: спортсменов, туристов и других заинтересованных кругов. Системное развитие серфинга в рамках РФ началось в 2016 году, на основании приказа Министерства спорта Российской Федерации от 12 февраля 2016 года №132 «О признании и включении во Всероссийский реестр видов спорта спортивных дисциплин, видов спорта и внесении изменений во Всероссийский реестр видов спорта» сёрфинг официально был признан действующим видом спорта на территории нашей страны [5]. В том же году Международный Олимпийский Комитет принял решение о включении сёрфинга в программу Олимпийских игр в Токио в 2020 году [6]. До этого времени он воспринимался большинством российских граждан не как спорт высших достижений, а скорее как субкультура с соответствующим образом жизни. Внутри развивающейся отрасли существует наиболее крупные игроки, к которым относится серф-школа SNOWAVE, в 2022 году первая в России получившая статус государственной детской спортивной школы. Мечта о покорении волны в России постепенно обретает тот же шарм, что и за рубежом, к этому приложил руку режиссер Константин Кокорев, с помощью работы «Прибой». Фильм рассказывает об истории русского серфинга, о молодых парнях, которые отправились в путешествие на поиск идеальной волны. Они посетили все берега Северного Ледовитого океана и Каспийского моря. Картина получила несколько наград в категории «Лучший фильм» на разных международных фестивалях серф-фильмов.

Говоря о численном выражении объема рынка серфинга в РФ, стоит обратиться к интервью с Президентом РФС Сергеем Расшиваевым, согласно которому российский серфинг – активно развивающееся широкое сообщество людей, которые занимаются серфингом по всему миру. При постоянном росте количества обучающих серфингу школ увеличивается и число увлекающихся серфингом людей. В связи с узкой направленностью отрасли возникают трудности в предоставлении точных данных. Однако согласно открытым данным количество заинтересованных людей в деятельности РФС суммарно составляет около 9000 людей. На территории страны находится большое количество регионов, реализующих серфинг-туризм в разнообразной форме. Начиная от бассейнов с искусственными волнами в Средней полосе России, заканчивая виндсерфингом на южном побережье страны. Географическое разнообразие позволяет создать наиболее широкий спектр предлагаемых услуг на рынке серфинг-услуг, внедряя в работу как природную, так и искусственно-созданную среду для обучения. От наиболее восточных широт РФ до самых западных расположен ряд серф-спотов, подходящих для тренировок как начинающих, так и профессиональных спортсменов. К наиболее востребованным направлениям серфинг-туризма на территории России относят несколько регионов:

- Камчатский п-ов — локация с уникальными условиями, позволяющими проводить тренировки и туристические занятия на воде в течение всего года на базе Тихого океана. Вода в течение всего года держится на низких температурах, не позволяющих заниматься серфингом свободно – даже в летний период требуется минимальный набор оборудования, состоящий из высокотехнологичной экипировки. С конца весны до середины осени длится осенний сезон, зимний – в оставшиеся месяцы года. В летнее время температура воздуха варьируется от 0 °С до +25 °С, в то время как температура воды не поднимается выше +15 °С. Низкие волны с невысокими показателями энергии в это время – отличные условия для начинающих серферов, в т.ч. туристов. Для зимнего периода характерны более жесткие климатические условия: отрицательные значения температуры воды

ощущаются особо остро при воздействии морозного зимнего воздуха, температура которого достигает $-25\text{ }^{\circ}\text{C}$. Спортсмены отдают предпочтение более плотным гидрокостюмам до 5мм толщиной, лицо покрывают жиром, чтобы защитить кожу от обморожения.

- Курильские острова - одна из самых молодых сёрф-локации в РФ. К основным спотам относят острова Кунашир и Итуруп. Волны в этой локации формируются около Гавайских островов, после достигая побережье отечественных берегов. Воды Тихого океана достигают комфортной температуры благодаря благоприятному островному климату. Серферский сезон длится на протяжении года, однако наиболее благоприятное время для занятий – с лета по середину осени.
- Г. Владивосток - локация, где практикуют сёрфинг в течение всего года. Циклонические мощные волны – главная особенность спота, делающая ее уникальным. Во время тайфунов с августа по сентябрь приходят наиболее сильные, стабильные и ровные волны. В течение года температура воды колеблется от $+20\text{ }^{\circ}\text{C}$ до отрицательных показателей.
- Черноморское побережье. Волны есть в нескольких основных локациях: п-ов Крым, г. Сочи, г. Адлер и др. Основные крымские сёрф-споты сосредоточены в западной части полуострова: Евпатория, Мирный, Штормовое, Кача, Казантип, Приморский – в течение всего года ветер формирует благоприятные для катания волны именно на западном побережье.
- Г. Калининград. Балтийское побережье создает благоприятные условия для туристически-рекреационных активностей в области серфинга. Самые популярные локация с открытой водой — Зеленоградск, Светлогорск, Балтийск, Пионерский, Куршская коса, Донское, Рыбачий.
- Г. Санкт-Петербург объединил на своей территории несколько видов спотов: природных и искусственных. Для открытой воды характерна ветровая природа волны, к таким локациям относятся: Финский залив, р. Ладога. В теплое время года температура воды колеблется в районе $+15\text{ }^{\circ}\text{C}$, в холодное же — достигает $0...+5\text{ }^{\circ}\text{C}$.

Согласно открытым данным немецкой компании Statista, специализирующейся на рыночных и потребительских данных, мировой объем рынка серфинг-туризма в 2022 году составил 9,5 млрд долларов. Агентство предсказывает отрасли ежегодный прирост в размере 6%, что в итоге должно привести к показателям 17,1 млрд долларов на конец 2032 года [7]. К основным факторам роста рынка относят создание искусственных спотов для проведения занятий серфингом в условиях городской среды вдали от побережий, положительное влияние медиа (кинематограф, СМИ и др.), создающее привлекательный образ в глазах потенциальных туристов, и активная популяризация тренда на здоровый образ жизни [4].

Обращаясь к отечественному рынку серфинг-туризма, следует заметить, что развитие туристско-рекреационного комплекса является одним из приоритетных стратегических направлений социально-экономического роста Камчатского края с учетом высокого уровня природно-рекреационного и культурно-исторического потенциала для развития внутреннего и въездного туризма. В «Стратегии социально-экономического развития Камчатского края до 2030 года» туризм признан приоритетным направлением регионального развития [8]. Численные показатели туристического потока в 2021 г составили 250 тысяч человек, а по итогам 2022 г – около 300 тысяч в соответствии с заявлением губернатора Камчатского края Владимира Солодова [9]. Данные показатели говорят о растущем интересе со стороны туристического сообщества к активному отдыху в условиях дикой природы, что говорит о высоких перспективах развития отрасли не только в регионе, но и на территории всей России.

Подводя итог, серфинг-туризм в России и зарубежом – отрасль, активно набирающая популярность, несмотря на особую специфику. На сегодняшний день рынок характеризуется

растущим числом заинтересованных лиц, как спортсменов, так и непрофессиональных желающих благодаря ряду важнейших факторов, среди которых: увеличение популярности активного вида отдыха, создание спотов в рамках городской среды и положительное влияние медиа на восприятие серфинга потенциальными потребителями услуг серфинг-туризма. В рамках России отрасль также характеризуется положительными показателями роста, благодаря особому вкладу со стороны государственных органов и ведомств. Благоприятные географические условия и тренд на рост внутреннего туризма обуславливают высокие перспективы развития серфинг-туризма на территории РФ.

1. Официальный сайт Росстат // [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru> [дата обращения: 12.01.24]
2. Буторина Е. Интерес к спортивному туризму растет во всем мире. Россия не исключение // [Электронный ресурс] URL: <https://profile.ru/lifestyle/travels> [Дата обращения: 15.01.24]
3. International Surfing Association // [Электронный ресурс] URL: isasurf.org [Дата обращения: 11.01.24]
4. Beginner Surf Gear // [Электронный ресурс] URL: beginnersurfgear.com [Дата обращения: 11.01.24]
5. Федеральный закон «Об особенностях регулирования корпоративных отношений в хозяйственных обществах, являющихся экономически значимыми организациями» от 04.08.2023 N 470-ФЗ
6. Олимпийский комитет России // [Электронный ресурс] URL: <https://olympic.ru> [Дата обращения: 20.01.24]
7. Future Market Insights // [Электронный ресурс] URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports> [Дата обращения: 19.01.24]
8. Официальный сайт Камчатского края // [Электронный ресурс] URL: <https://www.kamgov.ru/> [Дата обращения: 11.01.24]
9. Камчатка за год нарастила турпоток на 20%, до 300 тысяч человек // [Электронный ресурс] URL: <https://tourism.interfax.ru> [Дата обращения: 12.01.24]

Валиева Э.Р., Уразбахтина Л.Р.

Принципы эффективного управления организацией в условиях неопределенности и изменений

*Казанский государственный энергетический университет
(Россия, Казань)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-160

Аннотация

В статье рассматривается актуальная проблема эффективного управления организацией в условиях неопределенности и изменений. Выделены основные факторы эффективного управления и условия их реализации. Обосновано применение принципов гибкости, прозрачности, лидерства и инновационности в управлении организацией.

Ключевые слова: изменения, неопределенность, управление организацией, инновации, коммуникации, лидерство, гибкость.

Abstract

The article examines the current problem of effective management of an organization in conditions of uncertainty and change. The main factors of effective management and the conditions for their implementation are identified. The application of the principles of flexibility, transparency, leadership and innovation in the management of an organization is substantiated.

Keywords: change, uncertainty, organizational management, innovation, communication, leadership, flexibility.

Управление изменениями - это процесс планирования, внедрения, мониторинга и контроля изменений внутри организации. Это помогает организации адаптироваться к новым ситуациям и гарантирует плавность трансформационных изменений. Этот процесс включает в себя оценку необходимости изменений, разработку стратегии, способствующей изменениям, и выполнение плана для достижения желаемого результата.

Управление изменениями необходимо, поскольку организации постоянно развиваются и адаптируются к различным внутренним и внешним факторам. Поскольку бизнес растет и работает в условиях конкурентной среды, он должен быть в состоянии реагировать на изменения на рынках, в технологиях и требованиях клиентов. Неспособность эффективно управлять изменениями может привести к негативным последствиям, таким как снижение морального духа сотрудников, снижение производительности и потенциальные финансовые потери [1].

Эффективное управление организациями – это не просто функциональная задача, а многомерный процесс, который требует глубоких знаний, навыков и опыта. Современная практика управления предлагает различные подходы и методы, которые позволяют достичь максимальных результатов в управлении организацией.

Одним из ключевых компонентов эффективного управления является лидерство. Лидер должен быть способен создать мотивационную среду для сотрудников, вовлечь их в работу, поставить перед ними четкие цели и задачи. Еще одним важным аспектом эффективного управления является правильная организация бизнес-процессов. Это позволяет снизить вероятность ошибок, повысить эффективность труда и обеспечить более точные прогнозы и планирование.

Ключевым фактором в эффективном управлении является также обеспечение коммуникации и информационного потока между различными уровнями и структурами организации. Открытая коммуникация и своевременная передача информации позволяют избежать недоразумений, учесть мнение и пожелания всех заинтересованных сторон и принимать взвешенные решения на основе полной информации [2].

Нельзя не упомянуть обучение и развитие персонала как важную составляющую эффективного управления. Вложение в развитие сотрудников позволяет повысить их квалификацию, профессионализм и мотивацию, что в свою очередь отражается на работе всей организации.

В итоге эффективное управление организацией требует комплексного подхода, грамотного лидерства, оптимизации бизнес-процессов, развития коммуникации и непрерывного обучения персонала. Только объединение всех этих компонентов позволяет достичь высоких результатов в работе и успешного развития организации в современном динамичном мире.

В условиях беспрецедентного уровня неопределенности и перемен лидерам необходимо еще больше сосредоточиться на своих основных навыках и компетенциях, чтобы продемонстрировать свою способность руководить и управлять посредством серьезных изменений. Руководителям необходимо внедрять принципы управления изменениями и быть заметными, оттачивая свои навыки в построении эффективных рабочих отношений, ведении переговоров и влиянии, создании и распространении пересмотренного видения и стратегии, вынесении обоснованных лидерских суждений, создании культуры инноваций и роста, а также развитии устойчивости. Успешные лидеры должны иметь возможность демонстрировать подлинное, совместное руководство, ведущее с фронта и личным примером, чтобы провести необходимые изменения среди неустroенных сотрудников [3].

Организации, которые с наибольшей вероятностью добьются успеха в этом неопределенном будущем, должны быть гибкими, способными преодолевать сопротивление высокому уровню неопределенности и переменам, готовыми воспользоваться новыми возможностями, принять новые и улучшенные идеи, а также создавать и внедрять различные ценности, отношения, нормы и поведение. Лидерам необходимо повысить уровень общения, чтобы облегчить страхи и тревогу, устраняя связанные с ними шок, сопротивление, замешательство и возможный стресс, связанные с продолжающейся неопределенностью и переменами; их цель — продвинуть членов команды по кривой изменений к более желаемым реакциям решения проблем, принятия, открытости и обучения, чтобы избежать отстранения и падения производительности.

Во времена неопределенности и перемен те лидеры и организации, которые добиваются успеха, склонны воспринимать изменения как возможность создать новое видение и стратегию, улучшить процессы, искать новые рынки, определить области для большей прибыльности, рассматривая изменения как возможность учиться и развиваться. Такие лидеры и компании часто идут против этой тенденции и становятся свидетелями повышения производительности, улучшения вовлеченности сотрудников и возрождения чувства гордости и ответственности.

Один из способов справиться со страхом перед неопределенным будущим и потенциальными негативными последствиями перемен — значительно повысить уровень общения, регулярно обновляя информацию о прогрессе и в то же время получая обратную связь от членов команды. Бизнес-лидерам необходимо демонстрировать авторитет и уверенность при определении новых направлений с конкретными целями, чтобы продолжать мотивировать и вдохновлять свои команды, строить организационное единство и единую культуру с четко демонстрируемыми ценностями, такими как честность и доверие [4].

При любых изменениях, таких как реструктуризация или слияние и поглощение, менеджеры должны попытаться объяснить возможные варианты и предоставить членам команды возможность решать проблемы. Людям, работающим на международном уровне или в гибридных командах, теперь может потребоваться больше ясности в отношении своих ролей и обязанностей, чтобы понять, как их повседневные задачи и проекты способствуют общему видению и стратегии. Чтобы поддерживать вовлеченность команд, следует определить краткосрочные тактики и цели, создавая ощущение безотлагательности, а также прося терпения, пока будущее не станет более ясным. Бизнес-лидеры вынуждены становиться еще более активными, перехватывать инициативу и проявлять новаторство, чтобы пережить экономическую и политическую неопределенность и попытаться принять дальнейшие предстоящие изменения [5].

В условиях неопределенности и постоянных изменений принципы управления организацией приобретают особое значение. В таких условиях руководители должны обладать рядом качеств и стремиться к достижению определенных целей, несмотря на неопределенность и сложности.

Первым принципом управления, который особенно важен в неопределенных условиях, является гибкость. Руководители должны быстро адаптироваться к новым обстоятельствам, уметь принимать решения на основе ограниченной информации и быть не бояться ошибаться. Гибкость также означает способность изменять стратегии и тактику, если это требуется для достижения поставленных целей.

Вторым важным принципом управления организацией в условиях неопределенности является прозрачность. Сотрудники должны иметь полное представление о целях, стратегиях и изменениях в организации. Они должны быть в курсе принимаемых решений и понимать, как их работа сопряжена с общими целями компании. Прозрачность также включает честность и открытость в коммуникации руководства с сотрудниками.

Третий принцип — лидерство и мотивация. Руководители должны быть лидерами, которые способны вдохновлять своих сотрудников и поддерживать их в условиях неопределенности. Они должны выстраивать командный дух, уметь прислушиваться к мнениям подчиненных и содействовать развитию их навыков. Мотивация сотрудников также играет важную роль — она помогает им сохранять уверенность и энтузиазм даже в самых сложных ситуациях.

Еще одним важным принципом управления организацией в условиях неопределенности и изменений является инновационность. Руководители должны поощрять и содействовать появлению новых идей и творческому подходу к решению проблем. Они должны стремиться к стимулированию инноваций и созданию атмосферы, где каждый работник чувствует себя свободным для экспериментов и предложений [3].

Наконец, последним, но не менее важным принципом является постоянное обучение и развитие. Руководители должны не только стремиться к личностному и профессиональному росту, но и способствовать обучению своих сотрудников. Таким образом, взаимосвязь всех

этих принципов создает условия для успешного управления организацией в неопределенных условиях и обеспечивает рост и развитие как организации в целом, так и каждого отдельного сотрудника. Гибкость, прозрачность, лидерство, инновационность и постоянное обучение становятся основными принципами, которыми должны руководствоваться в управлении организацией.

1. Пушных В. А. Управление изменениями: учеб. пособие / В. А. Пушных. – Москва: КНОРУС, 2021.
2. Федорова А.В., Целуйкина Т.Г. Управление качеством жизни личности в условиях высокой неопределенности и рисков // Вестник Санкт-Петербургского научно-исследовательского института педагогики и психологии высшего образования. 2022. № 4. С. 48–60.
3. Йенссон Б. Десять размышлений о времени. СПб., 2020.
4. Хорольцева Е.Б., Федорова А.В. Риски парадигмальных переворотов в исследованиях современных организаций // Вестник Поволжского института управления. 2020. Т 22, № 2. С. 83–95.
5. Ярмуллина, А. С. Особенности стратегического управления организацией малого и крупного бизнеса / А. С. Ярмуллина, Л. Р. Уразбахтина // Уральский научный вестник. – 2023. – Т. 5, № 1. – С. 21-24.

Гебенова А.И., Боташева Л.С.

Понятие себестоимости, калькулирования и калькуляции

*Северо-Кавказская государственная академия
(Россия, Черкесск)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-161

Аннотация

Себестоимость товара – это совокупность всех затрат, которые несёт компания для производства, продвижения и реализации одной единицы продукции или услуги. При расчёте учитывается множество факторов. Например, цена на сырьё, стоимость топлива, затраты на оплату труда и другие издержки на производство и реализацию товара.

Этот параметр рассчитывают абсолютно все предприятия, которые самостоятельно производят товары, а не занимаются перепродажей готовых. Причина в том, что себестоимость напрямую влияет на уровень рентабельности и прибыльности бизнеса

Ключевые слова: релевантность, себестоимость, калькулирование, расчет цены, калькуляция.

Abstract

The cost of goods is the totality of all costs that a company incurs for the production, promotion and sale of one unit of product or service. Many factors are taken into account when calculating. For example, the price of raw materials, the cost of fuel, labor costs and other costs for the production and sale of goods. This parameter is calculated by absolutely all enterprises that independently produce goods and do not resell ready-made ones. The reason is that the cost directly affects the level of profitability and profitability of the business .

Keywords: relevance, cost, calculation, price calculation, calculation.

Себестоимость продукции является качественным показателем, в котором концентрированно отражаются результаты хозяйственной деятельности организации, ее достижения и имеющиеся резервы. Чем ниже себестоимость продукции, тем больше экономится труд, лучше используются основные фонды, материалы, топливо, тем дешевле производство продукции обходится предприятию.

Под себестоимостью в экономической науке принято понимать совокупность затрат компании на выпуск товаров, предоставление услуг или же выполнение работ.

Себестоимость – это сумма затрат, то есть ресурсов (материалы, сырьё, полуфабрикаты, энергия, работа наемных сотрудников), которые тратит производитель в ходе производства продукции и доведения ее до потребителя, но выраженных непосредственно в денежной форме.

Расчет себестоимости поможет в таких процессах, как:

- оценка рентабельности;
- обоснование ценообразования (опт, розница);
- оценка эффективности использования производственных ресурсов;
- расчет потенциальной прибыли предприятия.

Расчет себестоимости можно реализовать:

- одним этапом, когда изначально рассчитывают затраты на единицу продукции;
- двумя этапами, когда сначала рассчитывается суммарная себестоимость, которая потом делится на количество выпущенных изделий.

Выбор способа расчета себестоимости зависит, прежде всего, от интересующего нас вида себестоимости:

- **Плановая**, она же **нормативная**. Вычисляется на базе норм потребления ресурсов (сырье, материалы, работы и т.д.), заранее заданных для производства каждой единицы продукции;
- **Фактическая себестоимость**. Вычисляется по аналогии с плановой, но уже представляет собой сумму фактически понесенных затрат предприятия на производство на конец отчетного периода. Если фактический показатель не совпадает с плановым, проводится их сравнительный анализ, чтобы выявить причины расхождения;
- **Сметная себестоимость** – вычисляется по разовым заказам и изделиям, будучи вариацией нормативной себестоимости.

Чтобы корректно рассчитать каждый вид, следует правильно классифицировать затраты.

1. Классификация статей производственных затрат

Можно выделить следующие виды калькуляции:

- **Нормативная**. При определении себестоимости в расчет берутся нормы расхода сырья, действительные на начало месяца. Нужно сказать, что настоящие нормы (которые используются при расчетах) и плановые нормы могут различаться между собой. По этой причине значения нормативной и плановой стоимости также будут разными.
- **Плановая**. Себестоимость продукции в данном случае будет средней. Устанавливается она для конкретного планового периода. При расчете нужно принимать во внимание средние нормативы расходов. Если компания исполняет разовые заказы, формируется сметная калькуляция. Существует также счетная калькуляция, нужная для определения стоимости услуги. Она не включает в себя нормы расходов.
- **Отчетная**. Определяется на момент завершения отчетного периода. При формировании отчетной калькуляции потребуются данные бухучета: фактические затраты, траты на производство, количество изготовленного товара. Данная форма обеспечивает возможность отслеживания исполнения плана по снижению себестоимости продукции. Отчетная калькуляция нужна для установления динамики уменьшения или увеличения себестоимости. Она позволяет найти реальную стоимость продукта, определить разницу между себестоимостью фактического и планового характера.

Калькуляция классифицируется по информации, которая используется в расчетах.

Калькуляция может осуществляться различными способами:

- **Попередельный**. Передел представляет собой окончательный шаг обработки и производства. Расчеты осуществляются на основании сведений по переделам или по изготовлению. Рассматриваемый метод используется в нефтеперерабатывающей, пищевой отрасли. Попередельная калькуляция считается простой. Она не предполагает составления ведомостей,

перераспределения косвенных трат. Первый шаг – выполнение расчета в условных единицах. Второй шаг – установление себестоимости условной единицы товара. Третий шаг – определение себестоимости.

- **Попроцессный.** При расчете нужно использовать сведения по конкретному переделу, который включает в себя перечень процессов. Процесс представляет собой технологический этап, являющийся составляющей производства. Рассматриваемый метод подходит для добывающей, химической отрасли. Актуален для массового изготовления товара. Если объекты незавершенного производства отсутствуют, себестоимость определяется путем деления расходов на количество изготовленной продукции. И расходы, и объем товаров определяются по определенному отчетному периоду. Если цикл выпуска продолжительный, траты нужно распределить между производством и объектами незавершенного производства.
- **Позаказный.** Актуален для строительной, авиационной сферы. Он используется в малом и среднем бизнесе. Подходит для компаний, занимающихся пошивом одежды, производством мебели, ремонтом. Это простой способ учета затрат. Особенность этой методики заключается в том, что она может применяться только по завершении работ. Связано это с тем, что для расчетов нужна вся полнота информации.

Стоит отметить, что нередко определяющим фактором отнесения расходов к прямым или косвенным выступает конкретный производственный процесс. Причина этого – необходимость соблюдения нормативов, чтобы вести учет и контроль прямых расходов. Кроме того, на разработку, измерение и контроль расходуется такой ресурс, как время сотрудников.

Иногда некоторые производственные издержки целесообразнее квалифицировать как косвенные затраты, если в структуре себестоимости они занимают небольшую долю, но вместе с этим создают сложности для учета и нормирования, например, электричество.

Стоит отметить, что смешивать понятия прямых, постоянных и косвенных затрат неверно. Наглядным примером может служить переналадка оборудования с целью его адаптации под выпуск нового продукта, когда затраты могут одновременно квалифицироваться и как прямые, и как постоянные.

1. Алексеева Г. И. Бухгалтерский учет и отчетность. Учебник. — М.: КноРус, 2021. — 412 с.
2. Андреев В.Д. Введение в профессию бухгалтера: Учебное пособие / В.Д. Андреев, И.В. Лисихина. — М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. — 192 с.
3. Качкова О. Е., Баранова Е. Н., Алейникова М. Ю. Бухгалтерский финансовый учет. Учебник. — М.: КноРус, 2020. — 552 с.
4. Качкова О.Е. Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях (для магистрантов) / О.Е. Качкова, Т.И. Кришталева, М.Ф. Овсяйчук. — М.: КноРус, 2019. — 286 с.

Германов И.Д., Васильева О.А.

Роль гибких навыков в работе руководителя рекламного агентства

*Государственный Университет Управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-162

Аннотация

Данная работа посвящена анализу роли и важности гибких навыков в контексте деятельности руководителей рекламных агентств. Осуществляется изучение специфики применения коммуникативных способностей, креативности, умения работать в команде и адаптивности, а также их влияния на эффективность реализации рекламных проектов. Акцентируется внимание на сложностях и барьерах, возникающих на пути к развитию и внедрению этих навыков в управленческую практику. Особое внимание уделяется

необходимости комплексного подхода к обучению и развитию гибких навыков, а также формированию организационной культуры.

Ключевые слова: гибкие навыки, soft skills, управление проектами.

Abstract

This work is devoted to the analysis of the role and importance of flexible skills in the context of the activities of advertising agency managers. The specifics of the use of communication skills, creativity, teamwork and adaptability, as well as their impact on the effectiveness of advertising projects, are being studied. Attention is focused on the difficulties and barriers that arise on the way to the development and implementation of these skills in management practice. Special attention is paid to the need for an integrated approach to learning and the development of flexible skills, as well as the formation of an organizational culture.

Keywords: flexible skills, soft skills, project management.

В эпоху современного информационного общества, когда поток коммуникаций непрерывно усиливается и диверсифицируется, рекламная индустрия претерпевает значительные трансформации, определяемые как технологическими инновациями, так и изменениями в потребительских предпочтениях. Данные изменения являются базисом для формирования новых вызовов для специалистов в области рекламы, акцентируя внимание на важности не только технических навыков, но и так называемых «гибких навыков» или «soft skills» (мягкие навыки) которые становятся неотъемлемым фактором в успешном управлении рекламными проектами и командами. Наблюдаемая тенденция, подразумевающая «повышение ставок» на индивидуальные компетенции и личностные качества руководителей, делает изучение гибких навыков актуальным не только в академическом, но и в прикладном контексте [2].

Принимая во внимание динамичное развитие рынка и необходимость адаптации к постоянно меняющимся условиям внешней среды, актуальность данной работы обосновывается стремлением глубже понять, как именно гибкие навыки способствуют эффективности управления в рекламной сфере. Эффективное управление, опирающееся на развитие и применение гибких навыков, становится ключевым инструментом в достижении стратегических целей рекламных агентств, повышении их конкурентоспособности и укреплении позиций на рынке. Таким образом, глубинное изучение влияния гибких навыков на управленческую деятельность в контексте рекламной индустрии является важным шагом на пути к формированию эффективных стратегий развития персонала и управления командами, что в свою очередь способствует повышению общей эффективности рекламных кампаний [7].

Первоначально, важно отметить, что гибкие навыки — это собирательное определение умений, знаний и паттернов поведения из плоскости человеческих качеств. При этом, согласно Н. В. Увариной, Н. Ю. Корнеевой и Ю. В. Микрюкову следует рассматривать как «навыки, как: общение с людьми; социальные и коммуникативные; черты характера личности, его установки, менталитет, карьерные качества; социальный и эмоциональный интеллект, которые позволяют людям ориентироваться в своей среде, взаимодействовать с другими, качественно работать и достигать поставленных целей, заниматься самообразованием» [4].

Далее, важно представить классификацию данных навыков [6].

Первая категория охватывает коммуникативные навыки, включая умение вести диалог, аргументировать свою точку зрения, слушать и понимать собеседника. Данные навыки являются базисными в установлении и поддержании эффективных межличностных отношений, что особенно актуально в условиях необходимости координации деятельности внутри команды и внешних коммуникаций с клиентами и партнерами.

Вторая категория связана с эмоциональным интеллектом, который включает способность распознавать и управлять своими чувствами и эмоциями, а также понимать эмоции других. Данный навык позволяет достигать высокого уровня взаимопонимания и

сотрудничества, что способствует созданию благоприятной рабочей атмосферы и повышению продуктивности труда.

Третья категория включает аналитические навыки, под которыми понимается способность к критическому мышлению, анализу данных и ситуаций, принятию обоснованных решений. Развитие этих навыков играет критическую роль в умении адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка и находить эффективные решения сложных проблем [1].

Четвертая категория гибких навыков касается креативности и инновационности, то есть способности генерировать новые идеи, подходы и решения, что является неотъемлемым элементом в достижении конкурентных преимуществ в любой сфере деятельности.

После, важно исследовать важность коммуникативных навыков, умения работать в команде, креативности, адаптивности и других гибких навыков в контексте руководителя. Так, исходя из предпосылки о том, что коммуникативные навыки являются основой успешного межличностного взаимодействия, обеспечивают четкость и понимание в общении с клиентами, коллегами и партнерами, данный аспект анализируется как фундаментальный для руководителя. Умение эффективно общаться, аргументировать и убеждать, безусловно, влияет на способность к формированию продуктивных рабочих отношений и достижению целей рекламного проекта.

Командная работа, в свою очередь, предполагает способность организовать совместную деятельность сотрудников, обеспечить координацию их усилий и мотивировать к достижению общих результатов. Важность этого аспекта обусловлена тем, что в современных условиях рекламная кампания часто требует тесного взаимодействия между различными подразделениями и специалистами с разнообразными навыками и компетенциями.

Креативность и инновационный подход, без сомнения, являются критически важными качествами в сфере рекламы, где необходимо регулярно предлагать новаторские идеи и концепции для привлечения внимания целевой аудитории и выделения клиента на фоне конкурентов. Способность генерировать уникальные решения и видеть нестандартные возможности является залогом успеха рекламных проектов [3].

Адаптивность и гибкость, как определенное следствие, подчеркивают способность руководителя эффективно реагировать на изменения внешней среды, быстро принимать решения в условиях неопределенности и изменяющихся требований к рекламным кампаниям. Данный навык особенно актуален в условиях высокой конкуренции и постоянного развития рынка рекламных услуг.

Далее, рассмотрено влияние гибких навыков на эффективность управления проектами в контексте именно рекламного агентства. Основываясь на предположении, что успех любого рекламного проекта в значительной степени зависит от качества управленческих процессов, данная работа призвана выявить, как и в какой мере умения и навыки, выходящие за рамки технической и специализированной подготовки — в частности, коммуникативные навыки, способность к креативному мышлению, адаптивность и умение работать в команде — влияют на результативность управления.

Отталкиваясь от концепции, что коммуникативные навыки улучшают процесс передачи идеи и концепций, способствуя более тесному и продуктивному взаимодействию как внутри команды, так и с клиентами, можно утверждать, что эффективность управления проектами напрямую коррелирует с качеством и глубиной коммуникативного процесса. Следовательно, умение четко артикулировать задачи, цели и ожидания, а также умение слушать и воспринимать обратную связь являются ключевыми факторами успешной реализации проектов.

В свою очередь, креативность выступает как катализатор инноваций и новаторских решений, что необходимо для разработки уникальных и запоминающихся рекламных кампаний. Способность генерировать и воплощать нестандартные идеи обеспечивает рекламному агентству преимущества перед конкурентами, повышая степень вовлеченности целевой аудитории и эффективность рекламного сообщения [4].

Также, адаптивность и гибкость управления позволяют эффективно реагировать на изменения внешней среды и корректировать проектные стратегии в соответствии с новыми условиями и требованиями, тем самым минимизируя риски и оптимизируя ресурсное обеспечение проектов.

Совместная работа и сплоченность команды, «культивируемые» через развитие гибких навыков управления, прямо влияют на координацию усилий и интеграцию индивидуальных компетенций в единую эффективную систему, направленную на достижение поставленных проектных целей.

Таким образом, влияние гибких навыков на эффективность управления проектами в рекламном агентстве может быть охарактеризовано как многоаспектное и многомерное.

Также, следует выделить ключевые препятствия и трудности, встречающиеся на пути к формированию и эффективному использованию гибких навыков у руководителей в контексте рекламной индустрии [5].

Прежде всего, необходимо отметить недостаточность систематизированного подхода к обучению и развитию данных компетенций в профессиональном сообществе. Существующие программы подготовки и курсы повышения квалификации часто ориентированы на приобретение исключительно технических знаний и специализированных навыков, минуя аспекты развития коммуникативных способностей, креативности, адаптивности и других ключевых гибких навыков [6].

Следующим значимым барьером является сложность объективной оценки и измерения прогресса в освоении гибких навыков. В силу их субъективного характера и тесной связи с индивидуальными особенностями личности, создание унифицированных критериев оценки и мониторинга развития таких навыков представляет собой комплексную задачу, требующую дополнительных исследований и разработки специализированных инструментов.

Не менее важной проблемой является сопротивление изменениям, характерное для многих организационных культур. Традиционные подходы к управлению и корпоративные стереотипы могут сдерживать инициативы по развитию и внедрению гибких навыков, поскольку они требуют переосмысления устоявшихся практик и взглядов на процесс управления.

Кроме того, необходимо учитывать влияние внешних факторов, включая динамику рыночной среды и технологические инновации, которые непрерывно меняют условия деятельности рекламных агентств, требуя от руководителей не только адаптации к новым условиям, но и постоянного развития собственных гибких навыков [2].

В заключение, необходимо подчеркнуть, что в рамках проведенной работы выявлено, что гибкие навыки являются неотъемлемым элементом профессиональной компетентности руководителей в сфере рекламы, играя важную роль в достижении высоких результатов работы и обеспечении конкурентоспособности рекламных агентств.

1. Васильева, О. А. Эмоциональное лидерство - ключевая личностная компетенция руководителя коммуникационного агентства / О. А. Васильева // Актуальные проблемы управления - 2019 : материалы 24-й Международной научно-практической конференции, Москва, 19–20 декабря 2019 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Государственный университет управления. – Москва: Государственный университет управления, 2020. – С. 3-7.
2. Джуева Л.А. Soft skills (мягкие навыки): значение для современного специалиста и проблемы формирования // Наука сегодня: глобальные вызовы, пути развития. Материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции. Сер. «Гуманитарные исследования». – Рязань, 2023. – С. 40-42.
3. Сас К.П. Развитие информационных навыков у студентов как способ формирования soft skills будущих специалистов // Физико-математическое образование: цели, достижения и перспективы. Материалы Международной научно-практической конференции. – Минск, 2022. – С. 330-334.
4. Уварина Н.В., Корнеева Н.Ю., Микрюков Ю.В. Soft skills: актуальность, история, перспективы развития // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2021. – № 4 (44). – С. 40-46.
5. Шаляпин И.А. Формирование гибких навыков коммуникации (soft skills) у линейного персонала // Молодежь XXI века: образование, наука, инновации. Материалы XI Всероссийской студенческой научно-практической конференции с международным участием. В 2-х частях. Часть 2 / под ред. А.С. Хомченко. – Новосибирск: Новосибирский государственный педагогический университет, 2023. – С. 329-331.

- 6. Soft skills are not soft: Redefining essential skills for a future-ready classroom // Childhood Education. – 2022. – Vol. 98. – No. 5. – P. 46-49.
- 7. Shkutina L.A., Iskhakbayeva T.G., Karmanova Zh.A., Danek Ja. The need to form “hard skills” and “soft skills” for future pedagogues in the context of digitalization of education // Bulletin of the Karaganda University. Pedagogy series. – 2022. – No. 4 (108). – P. 7-13.

Година П.В., Иванова А.Р., Минулина О.В.
Оптимизация затрат в теплоэнергетике

*Казанский государственный энергетический университет
(Россия, Казань)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-163

Аннотация

В данной работе рассмотрен процесс управления затратами на объекте теплоэнергетики. Оценена эффективность анализа и управления затрат в процессе их оптимизации. Выявлено, что отрасль теплоэнергетики является достаточно специфичной и имеет свои особенности в управлении затратами, изучение которых является актуальной задачей на данный момент. Рассмотрены способ анализа затрат на объекте теплоэнергетики и система управления ими.

Ключевые слова: объекты теплоэнергетики, оптимизация затрат, система управления затратами, анализ затрат.

Abstract

In this paper, the process of cost management at a thermal power plant is considered. The effectiveness of cost analysis and management in the process of their optimization is evaluated. It has been revealed that the heat power industry is quite specific and has its own peculiarities in cost management, the study of which is an urgent task at the moment. The method of cost analysis at a thermal power plant and their management system are considered.

Keywords: thermal power facilities, cost optimization, cost management system, cost analysis.

Теплоэнергетическая отрасль является одной из основообразующих составляющих экономики, так как охватывает все сферы жизнедеятельности человека. Данный факт говорит о необходимости повышенного внимания и концентрации, что так же подтверждается сложностью процессов, реализуемых на данных объектах. Данные объекты должны быстро реагировать на потребности рынка, учитывать перспективы развития городов и соотносить их с собственными возможностями. Что делает достижение эффективности объекта теплоэнергетики с точки зрения экономики одним из главных критериев, выполнение которых обеспечивает развитие предприятия. В данной ситуации наиболее эффективным решением следует считать оптимизацию затрат [1,2].

В ходе анализа литературы рассмотрен алгоритм анализа затрат на объекте теплоэнергетической отрасли, описанный в работе И.А. Наугольной [3]. Однако, данный алгоритм требует определенной корректировки для применения к объектам теплоэнергетики, которая необходима для учета особенностей функционирования данных предприятий.



Рисунок 1. Анализ затрат на объектах теплоэнергетики.

Анализ затрат начинается с изучения внешней среды с использованием методов позиционирования. При сравнении учитываются не только уровень и динамика затрат, но и изменения по отдельным статьям. Источниками данных для предприятий теплоэнергетики являются бухгалтерская, налоговая и управленческая отчетность, а также стандарты раскрытия информации. Наиболее весомыми в рассматриваемой области энергетики следует считать такие статьи затрат как мат. затраты и оплата труда с соц. отчислениями. Необходимо провести анализ состава и структуры затрат на материальные ресурсы, разделив их на топливо, энергию и запасные комплектующие для оборудования. Анализ состава и динамики затрат проводится за определенный временной период.

Одним из наиболее важных процессов, предшествующих оптимизации затрат на производстве, является определение факторов, оказывающих воздействия на статьи затрат. Разница между темпами роста производства тепловой энергии и увеличения затрат даст представление о том, как объемы производства и реализации тепловой энергии влияют на уровень затрат.

Затраты на заработную плату сотрудников, уровень трудоемкости продукции и организация труда на предприятии играют важную роль в общих затратах и их динамике. В системе управления затратами необходимо тесно связывать анализ расходов на оплату труда с оценкой влияния использования трудовых ресурсов на себестоимость продукции, а также с анализом использования рабочего времени и трудовой производительности.

Для анализа фонда заработной платы необходимо рассматривать данные за определенные временные периоды, учитывая среднюю численность сотрудников и средний уровень заработной платы.

Кроме того, одним из ключевых элементов является анализ отклонений фактических значений от плановых и нормативных. Обнаруженные отклонения позволяют выявить неэффективность работы в отдельных функциях и областях предприятия. Оценка причин отклонений поможет согласовать предварительные меры для устранения проблем.

В современной экономической литературе большое внимание уделяется анализу финансовых результатов деятельности предприятий, которые отражаются в виде отчетов. Такой анализ позволяет выявить проблемы и определить пути их решения в области управления затратами. Однако, при анализе финансовых результатов предприятий теплоэнергетики и многостадийных процессов производства продукции необходимо применять комплексный подход, учитывая их специфику.

Также в своей монографии Наугольнова И. А. рассматривает систему управления, применение которой к объектам теплоэнергетики также возможно, при условии ее корректировки, основанной на специфике производства (рис. 2)[3].



Рисунок 2. Система управления затратами на объектах теплоэнергетики.

Анализ внешней среды предприятия является первым шагом в уточнении объекта управления и создании системы управления затратами. Современная экономическая теория предлагает несколько подходов к определению и пониманию расходов, затрат, издержек, расходов, выплат и себестоимости. Этот подход особенен тем, что он начинается с анализа внешней среды предприятия. На данном шаге определяются целевые направления системы целей объекта теплоэнергетики в области управления затратами. Возможны следующие критерии: снижение затрат, их стабилизация на определенном уровне и вариант с техническим обновлением, включая разработку инвестиционных проектов.

Определение объекта управления является одним из ключевых этапов. Анализ затрат позволяет выявить основные элементы, на которые приходится наибольшая доля расходов. Планирование мероприятий по снижению затрат на теплоэнергетическом предприятии способствует повышению эффективности управления затратами. Оценка результатов мероприятий и системы управления затратами является завершающим этапом данного процесса.

Основная цель тактического управления затратами – достижение запланированных количественных показателей затрат. На этом уровне управления предприятие ориентируется на годовой результат и использует специфические методы и инструменты, отличные от стратегического уровня. К тактическим методам относятся следующие: определение фактических и плановых затрат, анализ отклонений и учет затрат. Учет затрат необходим для определения необходимости нормирования ресурсов, особенно в случае устаревшего оборудования в отрасли теплоэнергетики.

Подводя итог, можем сделать следующие выводы:

- рассмотренный алгоритм для анализа оценки затрат на объектах теплоэнергетики позволит выявить основные факторы, влияющие на уровень расходов хозяйствующего субъекта;
- рассмотренная система управления затратами на объекте теплоэнергетики не только включает в себя конкретные мероприятия по экономии различных составляющих себестоимости, но также представляет собой инструмент для повышения эффективности производства. Приоритеты стратегического развития предприятия, особенности теплоэнергетического производства и перспективы инвестиционной политики – основа для построения рассматриваемой системы управления.

1. Назарова, Е. А. Алгоритм анализа затрат для теплоэнергетических предприятий / Е. А. Назарова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 5-2(63). – С. 101-104.
2. Назарова, Е. А. Система управления затратами для теплоэнергетических предприятий / Е. А. Назарова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020.
3. Наугольнова И.А. Методологические основы управления затратами на промышленных предприятиях: монография. – М.: РУСАЙНС, 2018. – 142 с.

Гребенкина Е.А., Кузнецова И.В.

Экспертно-аналитические мероприятия Счетной палаты РФ

*Воронежский государственный аграрный
университет им. императора Петра I
(Россия, Воронеж)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-164

Аннотация

В данной статье раскрываются экспертно-аналитические мероприятия Счетной палаты России и описаны отдельные этапы их проведения. Представлена динамика проведенных мероприятий по направлениям деятельности

Ключевые слова: экспертно-аналитические мероприятия, Счетная палата, контроль

Abstract

This article reveals the expert and analytical activities of the Accounting Chamber of Russia and describes the individual stages of their implementation. The dynamics of the activities carried out in the areas of activity is presented

Keywords: expert and analytical activities, Accounts Chamber, control.

Согласно ст. 17 Федерального закона «О Счетной палате Российской Федерации» [4], Счетная палата проводит контрольные и экспертно-аналитические мероприятия.

Посредством проведения экспертно-аналитических мероприятий организуется проведение экспертно-аналитической деятельности Счетной палаты, посредством которой, в свою очередь, обеспечивается реализация задач, функций и полномочий в области внешнего государственного аудита.

В задачи данного вида мероприятий входит рассмотрение и изучение проблем финансовой системы, оценка рисков и недостатков, обнаруженных по итогам уже проведенных мероприятий, исследование первопричин и последствий нарушений. Экспертно-аналитические мероприятия применяются, когда необходимо более полно проанализировать состояние отрасли или выполнения государственной программы.

Содержание, правила и процедуры проведения экспертно-аналитических мероприятий Счетной палаты закреплены в СГА 102 «Общие правила проведения экспертно-аналитических мероприятий» [3].

Общее руководство и координацию работ экспертно-аналитической деятельности осуществляет руководитель экспертно-аналитического мероприятия, назначаемый Коллегией Счетной палаты. В свою очередь, руководителем мероприятия, формируется группа в составе инспекторов и иных сотрудников Счетной палаты, а в отдельных случаях – ещё и внешних экспертов (например, аудиторских, научно-исследовательских и других учреждений и организаций, отдельных специалистов, переводчиков и т.п.), привлекаемых на договорной основе. Экспертно-аналитические мероприятия проводятся в 3 этапа (рис 1).



Рисунок 1. Этапы экспертно-аналитических мероприятий Счетной палаты РФ

Осуществляемый на основном этапе процесс получения доказательств включает: сбор данных и информации; анализ собранных, их достаточности и надежности; проведение дополнительного сбора данных и информации в случае их недостаточности. Счетная палата для получения данных отправляет запрос в объекты экспертно-аналитического мероприятия, в иные органы и организации. В некоторых случаях осуществляется выезд на объект экспертно-аналитического мероприятия. Полученные сведения и доказательства, полученные в ходе основного этапа, документируются в рабочей документации.

На заключительном этапе составляется Отчет о результатах экспертно-аналитического мероприятия.

Как отмечает Кузнецова И.В. [1] «по степени информационной открытости, гласности, доступности информации о результатах деятельности Счетная палата России занимает лидирующие позиции среди российских федеральных структур. Счетная палата регулярно представляет отчеты, посвященные текущей деятельности контрольного органа».

Отчет о результатах экспертно-аналитического мероприятия содержит:

- ключевые итоги мероприятия;
- исходные данные о мероприятии (основание для проведения, предмет, цель (цели));
- объекты мероприятия, исследуемый период, сроки проведения;
- краткую характеристику сферы предмета мероприятия;
- информацию о результатах мероприятия, конкретные результаты по каждой цели в разрезе вопросов; выводы по каждой цели мероприятия;
- предложения (рекомендации) с указанием получателя (адресата).

В Бюллетене СП РФ был опубликован Отчет о результатах параллельного экспертно-аналитического мероприятия «Анализ достижения субъектами Российской Федерации показателей целей устойчивого развития при реализации документов стратегического планирования в период с 2020 года по истекший период 2022 года», проводимого совместно с контрольно-счетными органами ряда регионов РФ, основные положения которого представлены на рисунке 2.

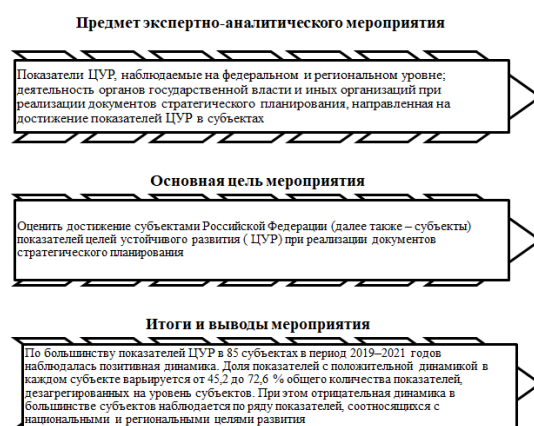


Рисунок 2. Основные положения Отчета о результатах параллельного экспертно-аналитического мероприятия «Анализ достижения субъектами Российской Федерации показателей целей устойчивого развития при реализации документов стратегического планирования в период с 2020 года по истекший период 2022 года».

В таблице 1 представлена динамика количества экспертно-аналитических мероприятий проведенных Счетной палатой РФ в 2020 – 2023 г.г.

По результатам данных, представленных в таблице 1, можно сделать вывод, что в 2023 году было проведено 53 экспертно-аналитических мероприятий, что на 14 мероприятий меньше, чем в 2020 году. Увеличилось количество проводимых экспертно-аналитических мероприятий по таким направлениям как аудит образования, науки и инноваций, а также закупок, энергетического комплекса и СМИ. Это свидетельствует об увеличении внимания к развитию данных областей.

Таблица 1

Динамика количества экспертно-аналитических мероприятий проведенных Счетной палатой РФ в 2020 – 2023 г.г.

Направление деятельности	Количество экспертно-аналитических мероприятий				Отклонение 2023 к 2020	
	2020	2021	2022	2023	(+,-)	%
Аудит государственного управления	3	2	4	2	-1	66,7
Аудит доходов	5	9	4	3	-2	60,0
Аудит закупок, энергетического комплекса и СМИ	3	8	6	5	2	166,7
Аудит здравоохранения и спорта	7	5	5	4	-3	57,1
Аудит обороны, национальной безопасности и правоохранительной деятельности	6	9	6	6	0	100,0
Аудит образования, науки и инноваций	2	4	12	10	8	500,0

Аудит природопользования и АПК	7	6	3	2	-5	28,6
Аудит промышленности и технологического развития	5	1	4	2	-3	40,0
Аудит регионального развития и ЖКХ	5	7	4	5	0	100,0
Аудит социальной защиты и культуры	6	5	3	2	-4	33,3
Аудит транспорта и международного сотрудничества	6	9	3	3	-3	50,0
Аудит финансовых рынков и государственного долга	6	10	6	5	-1	83,3
Аудит цифрового развития и государственной поддержки предпринимательства	2	1	2	0	-2	0,0
Аудит экономического развития	4	3	3	4	0	100,0
Итого	67	79	65	53	-14	79,10

Такие направления проведения экспертно-аналитических мероприятий как: аудит обороны, национальной безопасности и правоохранительной деятельности, регионального развития и ЖКХ, экономического развития – не претерпели никаких изменений. Направления экспертно-аналитических мероприятий имеют большое разнообразие и динамику. Рост в некоторых областях указывают на увеличение приоритетности проблем.

1. Кузнецова И.В. Реализация принципа гласности Счетной палаты РФ как органа государственного финансового контроля / И.В. Кузнецова // В сборнике: Актуальные проблемы и перспективы развития аудита, бухгалтерского учета, экономического анализа и налогообложения. Материалы национальной (всероссийской) научно-практической и методической конференции. 2019. С. 53-56.
2. Официальный сайт Счетной палаты РФ [Электронный ресурс] Источник: <https://ach.gov.ru/>
3. СГА 102 «Общие правила проведения экспертно-аналитических мероприятий» [Электронный ресурс] // <https://ach.gov.ru/>
4. Федеральный закон «О Счетной палате Российской Федерации» от 05.04.2013 № 41-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144621/.

Грицай И.С.

Проблемы налоговой системы РФ: современные реалии

*Уральский государственный экономический университет
(Россия, Екатеринбург)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-165

Аннотация

В данной статье освещается роль налогов в российской экономической системе; рассматривает актуальные проблемы налоговой системы России, опосредованные влиянием пандемии COVID-19, а также другими факторами. Затронута распространение теневого сектора в российском экономическом пространстве. Кроме того, предлагаются возможные пути решения проблем.

Ключевые слова: налоговая система, НК РФ, теневая экономика, пандемия COVID-19, функции налогообложения.

Abstract

This article highlights the role of taxes in the Russian economic system; examines current problems of the Russian tax system, mediated by the influence of the COVID-19 pandemic, as well as other factors. The spread of the shadow sector in the Russian economic space is affected. In addition, possible solutions to problems are proposed.

Keywords: Tax system, Tax Code of the Russian Federation, shadow economy, COVID-19 pandemic, taxation functions.

Налогообложение в России является частью структуры элементов фискальной политики страны, которая в основном влияет на экономику страны. Налоги являются одним из важнейших источников пополнения государственного бюджета. В свою очередь, благополучие каждого гражданина зависит от бюджета и того, насколько успешно развивается общество. К сожалению, действующая налоговая система Российской Федерации сталкивается со сложностями и проблемами, требующими непереносимого решения.

Налоги, как правило, выполняют одни и те же функции в каждой экономической системе и оказывают существенное влияние на развитие экономики в целом. Государство рассчитывает получать как можно больше налоговых поступлений, но это не подходит налогоплательщикам, которые хотят платить более низкие налоги, чтобы увеличить свой доход. Основной целью налоговой политики должно быть не только привлечение средств в Министерство финансов, но и повышение уровня развития бизнеса. Сумма налога должна соответствовать объему услуг, предоставляемых государством. На сегодняшний день налоговая система Российской Федерации очень разветвленная. Каждый из них имеет свою собственную ценность, поскольку предполагает собственную правовую структуру и занимает значительное положение в финансовой системе.

Сбор налогов является одним из основных условий существования любого государства, его развития и процветания. Налоговая система появилась вместе с государством и по сей день является необходимым звеном в экономических отношениях. Налоги взимались одновременно с производством товаров, формированием государственных институтов, армии, судов и чиновников.

Изменения в налоговой сфере уже прошли долгий путь с развитием потребностей общества, но на данный момент существует довольно много проблем, которые необходимо решить.

Одной из главных проблем налоговой системы Российской Федерации является противоречивое толкование норм и частые изменения в налоговом кодексе. Законы и поправки меняются, что особенно затрудняет малому бизнесу правильное планирование своих бизнес-процессов, чтобы не оказаться на грани банкротства. Все это приводит к сокрытию доходов, уклонению от уплаты налогов и создает трудности как для налоговой службы, так и для налогоплательщика.

Государство пытается создать такие условия, чтобы они были выгодны как ИТ, так и малому бизнесу. Частые изменения в счетах и нормативных актах встречаются чаще, чем в крупных и средних компаниях, поскольку информация о процедурах оплаты и изменениях в документах сопряжена с определенными издержками. А фальшивые документы и ошибки в сроках подачи и уплаты налогов грозят предпринимателям штрафными санкциями и крупными штрафными санкциями в виде пеней и штрафов [8].

Как в мире, так и в России проблема уклонения от уплаты налогов широко распространена. Теневые секторы экономики велики, а уклонение от уплаты налогов широко распространено. Это не только лишает бюджетную систему налоговых поступлений, но и способствует неравной конкуренции, поскольку ставит добросовестных налогоплательщиков в менее выгодные условия [5].

Ухудшение уровня жизни населения, высокие налоговые ставки, снижение доходов населения и ухудшение финансового положения предприятий являются одними из наиболее острых причин уклонения от уплаты налогов в России [2]. Не каждый гражданин считает своим долгом и повинностью платить налоги. Информация от налоговых органов свидетельствует о том, что большое количество физических и юридических лиц уклоняются от подачи налоговых деклараций, то есть от налогообложения доходов или сокрытия их размера. Согласно статистике Министерства финансов Российской Федерации, ежегодно в государственный бюджет не поступает 35-50% от общей суммы собранных налогов. Уклонение от уплаты налогов имеет негативные последствия. Поскольку государственный бюджет недополучает средств, необходимо ограничить реализацию некоторых государственных программ, а не выплачивать заработную плату работникам бюджетной сферы и т.д. [4].

В современном обществе наиболее актуальной проблемой является финансовая неграмотность населения. Граждане, которые не знают о налоговых вычетах, граждане, которые хранят деньги дома, граждане, которые не инвестируют, граждане, которые не проверяют свои налоговые обязательства и т.д. Школам и университетам необходимо ввести занятия по финансовой грамотности в качестве обязательного предмета. Поскольку предприниматели несут ответственность за уплату налогов, они обязаны изучить, как правильно их платить, но сегодня даже специалист не всегда может отследить все изменения.

Российская налоговая система должна быть менее запутанной и громоздкой. Будущие реформы потребуют упорядочения существующих правил налогообложения. Планируется усовершенствовать как саму налоговую структуру, так и налоговые органы на всех уровнях государственных учреждений [6].

К сожалению, в Российской Федерации налоговый контроль направлен на тех налогоплательщиков, которых легко проверить (т.е. мелких и средних предпринимателей), тогда как основная часть уходит от оплаты налогов как на законном, так и на незаконном основании. В связи с этим решение вопроса об увеличении собираемости налогов представляется крайне важной частью эффективного функционирования Российской Федерации [2].

Особенно остро эта проблема была в России во время пандемии COVID-19, так как она привела к снижению доходов населения, снижению его уровня жизни, граждане решают открыть собственное дело и в дальнейшем пытаются игнорировать административные барьеры. Это является предпосылкой для расширения теневого сегмента, в результате чего появляются неэффективности в налоговой системе. Для решения проблемы следует разработать комплекс мер против распространения теневой экономики, который будет опираться на опыт зарубежных стран. Например, в Великобритании предусмотрены дополнительные штрафы для налогоплательщиков, которые ранее уже были уличены в уклонении от налогов. В Канаде существует принудительное использование сертифицированных кассовых аппаратов (с черным ящиком) для организаций, использующих наличный расчет [3]. Кроме того, этот пробел в законодательстве России должен быть устранен, поскольку в законе отсутствует понятие «теневая экономика», что таким образом препятствует решению проблемы уголовного преследования за легализацию полученных доходов.

Так, для регулирования системы налогообложения необходимо:

- сделать налоговое законодательство более упрощенным;
- вводить своевременно новые налоги или сборы;
- своевременно уменьшать или увеличивать налоговые ставки;
- изменить соотношение разных видов налогов или заменить их в общую группу;
- вовремя вводить пропорциональные, прогрессивные или регрессивные принципы налогообложения субъектов налога.

Наряду с действующим законодательством также применяется сопутствующий закон. Обычные постоянные поправки, вносимые законодателем в налоговый кодекс, будут по-прежнему вноситься.

С 09.06.2022 года применяется новый, более справедливый механизм привлечения гражданина к уголовной ответственности. Согласно новому подходу, судебный иск против бизнесмена может быть возбужден только на основании материалов налогового инспектора (статья 140 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации). Министерство финансов определило основные направления на ближайшие 3 года.

Регионы расширили право на налоговые каникулы в виде нулевой ставки для только что зарегистрированных индивидуальных предпринимателей. Также для индивидуальных предпринимателей по ПСН разрешен налоговый вычет в размере уплаченных страховых взносов.

В документе отмечается, что одна из целей государства – это борьба с теневой экономикой. Начислять больше налогов помогут следующие меры:

- расширить действия налога на самозанятых на все регионы России;
- запустить системы контроля товаров, что позволит следить за оборотом товаров от ввоза до его реализации;
- развить систему налогового мониторинга;
- расширить взаимодействие между налогоплательщиками и кредитными организациями (например, разрешить запрашивать копии документов у кредитных учреждений) [1].

Налоговая политика будет переориентирована на обеспечение устойчивых условий для развития бизнеса. В то же время власти обещают сгладить административную нагрузку на налогоплательщиков.

Что будет способствовать уменьшению теневого сектора экономики и созданию справедливой конкуренции в 2022-2024 годах:

- запуск нового налогового режима упрощенной системы для микропредприятий с численностью сотрудников до 5 человек;
- введение института «единого налогового платежа», который предполагает уплату налогов одним платежом с последующим зачетом имеющихся у налогоплательщика обязательств;
- повышение качества администрирования акцизов на табак.

Для поддержки малого и среднего бизнеса можно предложить такие меры, как:

- запуск цифровых инструментов, упрощающих запуск и ведение бизнеса;
- программа льготного кредитования малого и среднего бизнеса;
- если доход индивидуального предпринимателя не превышает 60 миллионов рублей, а количество сотрудников составляет не более 5 человек, то возможна уплата налогов и страховых взносов организациями без декларирования;
- механизмы альтернативных источников финансирования бизнеса через краудфандинг (коллективное финансирование) и факторинг;
- создание условий для появления и развития максимального количества стартапов, а также их поддержка на всех этапах развития [1].

Налоговая система Российской Федерации требует еще многих положительных изменений. Правительство пытается улучшить этот сектор экономики, вносит поправки и издает как можно больше новых законов. Главное - продолжать уделять внимание этому вопросу и прислушиваться к проблемам хозяйствующих субъектов.

Следовательно, перечисленные проблемы российской налоговой системы указывают на необходимость ее модернизации. Не говоря уже о том, что на данном этапе реализуется множество идей и законопроектов, направленных на обновление налоговой системы, приведение ее в соответствие с современными и более разумными современными условиями. Международная налоговая конкуренция, финансово-экономические условия и опыт отдельных государств также рассматриваются как положительные, так и отрицательные. Среди них меры по стимулированию инвестиционной деятельности, меры по технологическому обновлению и модернизации экономики, меры по развитию финансовых рынков и инвестиции в человеческий капитал [4].

1. Алиева Э.Б., Магомедова А.А., Махачева А.О. Актуальные проблемы налогового контроля // Закон и право. – 2020. – №3 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-nalogovogo-kontrolya1/viewer>
2. Боброва А.В., Верченнова А.В. Проблемы собираемости налогов в современных экономических условиях // Управление в современных системах. – 2019. – №3 (23). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemysobiraemosti-nalogov>
3. Анализ тенденций в бюджетно-налоговой сфере России // Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rea.ru/Documents/Бюджет_итог_2020_2.pdf

4. Глушченко Я. С., Егорова М. С. Проблемы налогообложения на современном этапе развития РФ // Молодой ученый. 2015. № 11.4 (91.4). С. 72-[Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/91/20119/>
5. Дубровская Т. Н. Налоговая система России и перспективы ее развития // Молодой ученый. 2019. № 46 (284). С. 332-335. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/284/64068/>
6. Елина И. А. Проблемы налогообложения малого бизнеса // Молодой ученый. 2016. № 24 (128). С. 170-173. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/128/35433/>
7. Кутявина М. В. Трудности в развитии налогового законодательства // Актуальные проблемы права: материалы I Междунар. науч. конф. 2011. С. 59-60. URL: <https://moluch.ru/conf/law/archive/40/1189/> Официальный сайт Министерство финансов Российской Федерации «Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов». [Электронный ресурс]. URL: <https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2021/09/main>
8. Сивцева В. И. Проблема массового уклонения от уплаты налогов // Молодой ученый. 2017. № 10 (144). С. 266-268. URL: <https://moluch.ru/archive/144/39831/>

Губарева О.А., Лунёва Т.А., Заболотнева А.Р.

Управление логистическими рисками на основе применения гибридного подхода

*ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
университет путей сообщения»
(Россия, Ростов-на-Дону)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-166

Аннотация

В статье рассмотрена проблема проведения оценки степени опасности логистических рисков в рамках гибридного подхода, предполагающего применение нескольких методов оценки рисков одновременно. На примере рассмотрения процесса доставки груза по направлению «Ростов-на-Дону – Севастополь» проведена идентификация вторичных рисков, которые могут возникнуть параллельно с первичным риском несвоевременной поставки груза и их экспертная оценка.

Ключевые слова: транспортная деятельность, груз, маршрут доставки, риск.

Abstract

The article considers the problem of assessing the degree of danger of logistical risks within the framework of a hybrid approach involving the use of several risk assessment methods simultaneously. Using the example of considering the process of cargo delivery in the Rostov-on-Don – Sevastopol direction, the identification of secondary risks that may arise in parallel with the primary risk of late delivery of cargo and their expert assessment were carried out.

Keywords: transport activity, cargo, delivery route, risk.

Выполнение логистических функций предприятия в настоящее время происходит в условиях частичной неопределенности изменения факторов внешней среды, в связи с чем может реализация ситуации риска. Частичная неопределенность обусловлена резкими изменениями, происходящими во внешнем окружении предприятий проявляющихся посредством трансформации внешних факторов, являющихся своеобразными индикаторами. Управление логистическими рисками необходимо в контексте реализации управленческой деятельности на предприятии так как последствия от ситуации риска могут оказать влияние на процессы предприятия и привести как к возникновению угроз и потерь, так и, наоборот, к появлению новых возможностей или получению дополнительной прибыли.

Логистические риски – это потенциальные проблемы и негативные события, которые могут возникнуть в процессе логистических операций. Классификация логистических рисков осуществляется в привязке к логистическим функциям, соответственно к логистическим рискам относятся: риски складирования, транспортные риски, закупочные и сбытовые риски и др.

Управление логистическими рисками включает в себя разработку стратегий, мониторинг и контроль, а также сотрудничество с партнерами и использование технологий для

повышения прозрачности и эффективности логистических операций. Исследование степени влияния рисков на процессы предприятия происходит по двум направлениям: качественному и количественному. В качественном анализе рисков описывают: что может произойти, когда, что это повлечет за собой и какова вероятность такого риска. Количественный анализ определяет, сколько денег или времени компания потеряет, если риск наступит. Процесс управления рисками в организации включает несколько этапов [1]:

- идентификация рисков;
- оценка и обработка рисков;
- разработка стратегии управления рисками;
- реализация мер по управлению рисками;
- мониторинг и контроль.

Исследование совокупности методов, позволяющих провести идентификацию, оценку и снижение рисков показало, что в настоящее время накоплен большой теоретический задел в сфере экономико-математических методов. Но при этом в последние годы отмечается возникновение нетипичных рисков, которые для оценки требуют использования гибридного подхода, предполагающего эффективное использование одновременно нескольких методов оценки рисков. Например, степень опасности риска несвоевременной поставки продукции может быть оценена посредством применения вероятностного метода оценки риска [1, 2]. При реализации данного метода для формирования выводов о степени опасности реализации ситуации риска определяются такие величины:

- среднее ожидаемое значение случайной величины - характеризует результат, который мы ожидаем в среднем;
- изменчивость (колеблемость) возможного результата - степень отклонения ожидаемого значения от средней величины.

В завершении оценки риска на основе данного метода формируется прогноз о вероятности возникновения данного логистического риска базирующийся на сформированном эмпирическом и подходящим теоретическим распределением случайной величины, являющейся индикатором риска.

Использование гибридного подхода при применении методов оценки логистических рисков позволяет адаптировать классические методы оценки к текущему состоянию внешней среды. На основе гибридного подхода предлагается использование дополнительно метода дерева решений, позволяющего выявить все потенциальные угрозы, способные стать дополнительными вторичными логистическими рисками и повлиять на уровень опасности первичного риска.

Рассмотрим, пример реализации гибридного подхода при идентификации и оценке степени опасности конкретного логистического риска – риска несвоевременной поставки продукции автомобильным транспортом из Ростова-на-Дону в Севастополь.

На рисунке 1 показаны два возможных маршрута и определено среднее вероятное время в пути транспортного средства.

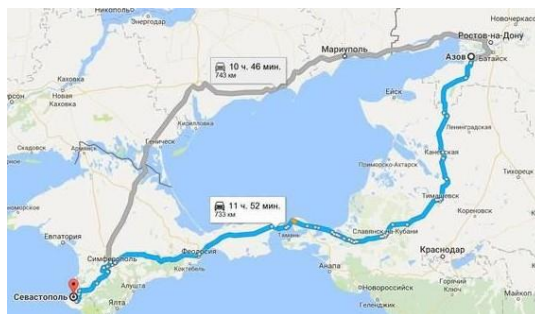


Рисунок 1. Маршрут доставки груза автомобильным транспортом по направлению «Ростов-на-Дону – Севастополь».

При движении на автомобильном транспорте по маршруту 1 через новые территории, есть риски возникновения пробок в связи с ремонтом дорог или аварий, сильные ограничения в скорости и контроль на въезде и выезде, в связи с этим могут возникать задержки в доставке и повышенным затратам на топливо и время. Возможны проблемы с коммуникацией и обменом информацией, из-за проблем с мобильной связью или доступом к интернету, что может затруднить связь с персоналом или партнерами. В связи с чем целесообразным является применение метода дерева решений и метода экспертной оценки при идентификации и оценке рисков по каждому варианту маршрута доставки груза.

При следовании транспортного средства по маршруту 2, проходящему через Крымский мост необходимо учитывать, что данный объект транспортной инфраструктуры мост является ключевым транспортным сооружением, связывающим Крым с материковой частью России. В период повышенного туристического потока или праздников может возникать высокая загруженность моста, что может привести к задержкам в движении и увеличению времени доставки грузов. В связи с сегодняшней ситуацией в стране и угрозой терактов, при пересечении Крымского моста проходит контроль, который также увеличивает время в пути.

Рассмотрение маршрута, проходящего через новые территории новые присоединенные территории, позволяет отметить вероятное возникновение совокупности вторичных рисков, которые также могут привести к повышению вероятности реализации первичного риска – риска несвоевременной поставки. Стоит учитывать возможные задержки, обеспечивать безопасность грузов и персонала, быть в курсе изменений в законодательстве и иметь альтернативные планы в случае возникновения проблем [3].

Таким образом результатом гибридного подхода к идентификации риска может являться рисунок 2.



Рисунок 2. Дерево потенциально возможных вторичных рисков при осуществлении поставки груза по конкретному маршруту.

Далее сформируем матрицу рисков по каждому маршруту, с указанием степени вероятности реализации первичного и вторичного рисков (табл.).

Таблица 1

Результаты экспертной оценки рисков.

Наименование риска	Вес риска в общей совокупности	Наименование маршрута поставки груза			
		Маршрут 1		Маршрут 2	
		Экспертная оценка риска	Оценка риска с учетом веса риска	Экспертная оценка риска	Оценка риска с учетом веса риска
Риск несвоевременной поставки груза	0,45	7	3,15	3	1,35
Риск простоя транспортного средства вследствие автомобильной пробки из-за ведения ремонтных работ	0,14	2	0,28	6	0,84
Риск поломки транспортного средства вследствие недостаточного уровня качества дороги	0,27	8	2,16	1	0,27
Риск простоя транспортного	0,08	4	0,32	4	0,32

средства вследствие автомобильной пробки из-за ведения ремонтных работ					
Риск увеличения времени поставки вследствие простоя транспортного средства из-за неверного определения потребности в топливе и отсутствия заправочных станций по пути следования	0,06	6	0,36	1	0,06
Итого суммарная экспертная оценка	1	27	6,27	15	2,84

На основе результатов расчетов можно заключить, что при существующем состоянии транспортной инфраструктуры наименее рисковым является маршрут 2, проходящий через Крымский мост.

Таким образом можно заключить, что применение гибридного подхода при идентификации и оценки логистических рисков позволяет провести многоаспектный анализ рисков и более точно определить их уровень опасности.

1. Маколова Л.В. Дифракция рисков в логистических процессах предприятия / Л.В. Маколова. В сборнике: Управление государственное, муниципальное и корпоративное: теория и лучшие практики. Материалы Восьмой Международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2023.– С. 103-106.
2. Маколова Л.В. К вопросу диагностики рисков и оценки в условиях применения систем поддержки принятия решений в транспортной деятельности / Л.В. Маколова, И.А. Солоп. В сборнике: Цифровая трансформация транспорта: проблемы и перспективы. материалы III Международной научно-практической конференции. Москва, 2023.– С. 177-182.
3. Муленко О.В. Влияние логистической инфраструктуры на устойчивость цепей поставок в рамках программ импортозамещения / О.В. Муленко, А.А. Грицик. В сборнике научных трудов: Транспорт: наука, образование, производство. труды Международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2023.– С. 284-287.

Гулевич М.С.

Основные подходы к маркетингу гостиничного бизнеса и туризма

*Уфимский государственный нефтяной технический университет
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-167

Аннотация

Статья рассматривает роль эффективного маркетинга в гостиничном бизнесе и туризме, а также их способность преобразовывать сезонность и другие недостатки в преимущества. Описываются три основных подхода к маркетингу в этой сфере: дифференцированный, недифференцированный и концентрированный.

Ключевые слова: гостиничная индустрия, туризм, маркетинговые стратегии, дифференцированный маркетинг, недифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг.

Abstract

The article examines the role of effective marketing in the hotel business and tourism, as well as their ability to transform seasonality and other disadvantages into advantages. Three main approaches to marketing in this area are described: differentiated, undifferentiated and concentrated.

Keywords: hotel industry, tourism, marketing strategies, differentiated marketing, undifferentiated marketing, concentrated marketing.

Гостиничный бизнес и туризм представляют собой динамичные и конкурентные отрасли, где эффективный маркетинг играет ключевую роль в привлечении клиентов, удержании их и увеличении прибыли. С учетом постоянных изменений в предпочтениях

потребителей и условиях рынка, успешные компании в этих отраслях используют разнообразные подходы к маркетингу. Давайте рассмотрим некоторые из основных подходов.

Курортные места, являются объектами повышенного интереса как для местных жителей, так и для туристов со всего мира, что создает благоприятную среду для развития гостиничного бизнеса, но при этом также повышает уровень конкуренции. Гостиничные предприятия вынуждены применять разнообразные маркетинговые стратегии, чтобы выделиться среди конкурентов и привлечь внимание целевой аудитории.

Одним из ключевых направлений современного маркетинга для гостиничных предприятий является использование цифровых технологий. Веб-сайты, социальные сети, мобильные приложения – все это открывает новые возможности для привлечения клиентов и создания уникального пользовательского опыта. Грамотное использование цифровых каналов позволяет гостиничным предприятиям эффективно коммуницировать с потенциальными гостями, предлагать персонализированные услуги и поддерживать долгосрочные отношения.

В отличие от других сфер экономики, индустрия гостеприимства развивается по своим собственным правилам и законам. Это обусловлено тем, что экономический аспект гостиничного бизнеса в первую очередь зависит от сезонности, а затем от удачного расположения отеля, комфорта и других характеристик, отличающих его от конкурентов.

Основным инструментом в этой сфере является эффективный маркетинг, который позволяет снизить влияние сезонности, неудачного местоположения и других недостатков, а также преобразовать их в преимущества. Владельцы гостиниц, тщательно изучившие свою целевую аудиторию, понимают, что определенные сезоны могут приносить доход, а дополнительные услуги, такие как рестораны, игровые комнаты, сауны и прочее, могут значительно увеличить доход гостиницы.

Основная цель маркетинга в этой отрасли заключается в предоставлении достоверной информации о гостинице для привлечения максимально возможного количества потенциальных гостей.

В индустрии гостеприимства существуют три подхода к достижению маркетинговых целей:

- дифференцированный;
- недифференцированный;
- концентрированный.

Дифференцированный маркетинг – это стратегия, при которой компания делит рынок на различные сегменты и разрабатывает отдельные маркетинговые программы для каждого сегмента. В контексте индустрии гостеприимства это означает, что предприятие может направить свои усилия на привлечение различных групп клиентов с учетом их потребностей, предпочтений и поведения.

Например, отель может разрабатывать отдельные рекламные кампании для семейных отдыхающих, деловых путешественников и романтических пар. Каждая кампания будет акцентировать внимание на тех аспектах услуги, которые наиболее привлекательны для конкретной аудитории, такие как семейные пакеты развлечений, бизнес-услуги или романтические ужины.

Преимущества дифференцированного подхода включают более точное удовлетворение потребностей клиентов и повышение лояльности. Однако, это требует дополнительных ресурсов и усилий для разработки и реализации различных маркетинговых стратегий.

Недифференцированный маркетинг, наоборот, подразумевает использование единой маркетинговой стратегии для всего рынка без выделения отдельных сегментов. В данном случае компания стремится к тому, чтобы ее продукт или услуга были привлекательными для широкого круга потребителей. Примером недифференцированного подхода в индустрии гостеприимства может быть использование универсальных рекламных слоганов или общих промо-акций, которые могут заинтересовать различные группы клиентов. Например, реклама

отеля может акцентировать внимание на его роскошных услугах и комфортном размещении, привлекая внимание как семейных туристов, так и деловых путешественников.

Главное преимущество недифференцированного подхода заключается в его простоте и экономичности. Однако он может оказаться менее эффективным в привлечении конкретных сегментов рынка, имеющих специфические потребности.

Концентрированный маркетинг предполагает выбор определенного сегмента рынка и сосредоточение на нем всего маркетингового усилия. В контексте индустрии гостеприимства — это может означать, что компания специализируется на обслуживании определенной категории клиентов, таких как эксклюзивные рестораны, специализированные курорты или бутик-отели.

Компании, использующие концентрированный подход, стремятся глубоко понять потребности выбранной целевой аудитории и предложить продукт или услугу, полностью соответствующие этим потребностям. Например, ресторан, специализирующийся на французской кухне, может обеспечить высокое качество сервиса и атмосферы, которые привлекут и удовлетворят ценителей этой кухни.

Основное преимущество концентрированного подхода состоит в том, что он позволяет компании эффективно занимать нишу на рынке и создавать сильный имидж. Однако риски такого подхода включают ограничение потенциальной аудитории и повышенную зависимость от изменений в предпочтениях потребителей.

Выбор стратегии зависит от ресурсов, возможностей и условий спроса. Для многих компаний оптимальным решением является концентрированный подход, особенно на ограниченном числе ключевых рынков, учитывая ограниченность ресурсов для использования других подходов.

Организация маркетинговых подразделений отеля зависит от его размера. Небольшие отели, как правило, не создают полноценные отделы маркетинга, а часть функций выполняют менеджеры по сбыту, а также приглашенные специалисты из консалтинговых и рекламных агентств.

Структура маркетинговых подразделений в отелях зависит от их размера. Обычно маленькие отели редко имеют полноценные отделы маркетинга. Вместо этого, часть функций маркетинга выполняют менеджеры по продажам, которые фокусируются на увеличении продаж и заполненности номеров. Остальные маркетинговые задачи, такие как исследования и рекламные кампании, обычно поручаются внешним консультантам и рекламным агентствам. В отелях среднего размера создаются отделы продаж, которые включают в себя специалистов по маркетинговым исследованиям и рекламе, нанимаемых внутри гостиницы, но для крупных проектов может потребоваться использование внешних специалистов. Крупные отели обычно имеют собственные маркетинговые структуры, обеспеченные всеми необходимыми ресурсами.

В долгосрочной перспективе использование собственных ресурсов выглядит наиболее целесообразным, поскольку это позволяет сосредоточиться на улучшении качества обслуживания и разработке новых проектов.

Итак, совершенствование маркетинговой деятельности гостиничных предприятий и сферы туризма требует развития во всех областях рекламы и использования собственных ресурсов для достижения оптимальных результатов. Гибкая тарифная политика, такая как сезонные скидки или системы лояльности, также может помочь увеличить интерес к услугам гостиниц.

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 338 с.
2. Щербакова Е. Н., Савицкая В. Ю. Фирменный стиль в системе воздействия на потребителя / Экономические исследования и разработки. - 2017. - № 4. - С. 46–50.

Гулевич М.С.

Основы успешного маркетинга для отелей*Уфимский государственный нефтяной технический университет
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-168

Аннотация

Данная статья исследует значимость маркетинга в гостиничном бизнесе, выявляя ключевые стратегии и методы, которые помогают отелям привлекать и удерживать клиентов. Рассмотрены основные аспекты маркетинговой деятельности. Приведены примеры успешных маркетинговых практик и категории путешественников, что помогает сформировать эффективные стратегии.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, маркетинг, стратегии маркетинга, цифровой маркетинг, брендинг, целевая аудитория, продвижение, удержание клиентов, путешественники, лояльность клиентов.

Abstract

This article explores the importance of marketing in the hotel business, identifying key strategies and methods that help hotels attract and retain customers. The main aspects of marketing activities are considered. Examples of successful marketing practices and categories of travelers are given, which helps to form effective strategies.

Keywords: hospitality, marketing, marketing strategies, digital marketing, branding, target audience, promotion, customer retention, travelers, customer loyalty.

Гостиничный бизнес – это важная составляющая современной индустрии, в которой конкуренция растет с каждым годом. Правильно выбранная стратегия маркетинга способствует привлечению клиентов от маленьких семейных отелей до крупных международных сетей.

Маркетинг помогает гостиницам выделиться среди множества конкурентов. Разработка уникального бренда, создание привлекательного визуального облика, качественного контента для сайта и социальных сетей, а также использование рекламы и PR-акций для привлечения внимания к гостинице – все это цель маркетинга. Кроме того, маркетинг позволяет установить связь с потенциальными клиентами, рассказать им о преимуществах и удобствах, которые предлагает данная гостиница, и убедить их в выборе именно этого варианта размещения. А также продвижение через цифровые каналы позволяет гостиницам достичь широкой аудитории потенциальных клиентов, проводить таргетированную рекламу и взаимодействовать с гостями после их пребывания в гостинице через социальные сети и электронные письма.

Маркетинг не ограничивается только привлечением клиентов, но и включает в себя создание положительного опыта пребывания для гостей путем персонализации услуг, предоставления дополнительных удобств и развлечений, а также обеспечения высокого уровня обслуживания. Удовлетворенные гости часто становятся постоянными клиентами и рекомендуют гостиницу своим друзьям и знакомым, что в свою очередь способствует росту бренда и увеличению доходов.

С помощью маркетинга гостиницы могут анализировать предпочтения и потребности своей целевой аудитории и адаптировать свои предложения соответственно, что включает в себя изменение ценовой политики, внедрение новых услуг и удобств, а также пересмотр маркетинговых стратегий в зависимости от изменяющихся рыночных условий. Гибкость и способность быстро реагировать на изменения в окружающей среде являются ключевыми элементами успешной работы гостиничного бизнеса.

Эффективный гостиничный маркетинг подразумевает, что бренд отеля будет оказывать влияние как на потенциальных гостей, так и на клиентов в любом месте, где они решают планировать и бронировать свои поездки.

Современный процесс выбора и бронирования гостиничного размещения настолько разнообразен, что требует увеличенного внимания к тому, какие именно аудитории компания пытается привлечь.

При разработке маркетингового плана для отеля необходимо учитывать множество факторов. В современной среде масштаб и возможности огромны. К основным вопросам, которые следует учесть, относятся:

1. Какие офлайн-каналы по-прежнему остаются доступными и полезными?
2. Каким онлайн-каналам следует отдать приоритет?
3. Как оптимизировать используемые инструменты?
4. Как отслеживать и измерять результаты для внесения корректив?
5. С кем сотрудничать, чтобы реализовать свой потенциал?

Перед решением этих вопросов важно определить фирменное сообщение компании и ключевой целевой рынок. Эти фокусы будут определять последующие маркетинговые стратегии отеля и их взаимосвязь. Брендовое сообщение оказывает влияние на тип гостей, которых привлекает организация.

Например, если отель стремится к модности и инновациям, стоит обратить внимание на молодых путешественников и пары. Но множество других факторов, таких как местоположение отеля, его размер, бюджет, а также цели и возможности путешественников, также будут играть важную роль. Знание целевой аудитории позволяет разработать соответствующую маркетинговую стратегию и адаптировать свои сообщения для потенциальных клиентов.

Исследования показывают различные категории путешественников, такие как искатели ценностей, любители роскоши, социальные путешественники, независимые путешественники, исследователи и привычные путешественники. Понимание этих категорий позволяет наиболее эффективно ориентировать свои маркетинговые усилия.

Эволюция маркетинга в гостиничном бизнесе продолжается, и современные отельеры должны постоянно адаптироваться к изменяющимся трендам и потребностям рынка. Одним из основных направлений в гостиничном маркетинге становится создание привлекательного и функционального веб-сайта. В современном мире многие путешественники предпочитают искать и бронировать отели онлайн, поэтому важно иметь удобный и информативный веб-ресурс. Поэтому надо создать не только красивый дизайн, но и удобный процесс бронирования, подробное описание услуг и удобства, а также актуальную информацию о ценах и наличии номеров. Помимо этого, отель должен активно продвигать его в онлайн-пространстве, используя различные цифровые маркетинговые стратегии (контент-маркетинг, реклама в социальных сетях, электронную рассылку и другие методы). Важно выбирать те каналы и методы продвижения, которые наиболее эффективны для вашей целевой аудитории.

Участие в туристических выставках, партнерство с туроператорами, реклама в туристических брошюрах и журналах также могут быть эффективными способами привлечения клиентов, особенно если ваш отель ориентирован на международных туристов.

Отель «Wynn Las Vegas» (рис. 1) – это яркий пример того, как эффективный маркетинг может превратить обычный гостиничный бизнес в легенду индустрии развлечений. Расположенный в сердце легендарного Лас-Вегаса, этот отель является олицетворением роскоши, элегантности и первоклассного сервиса. Рассмотрим, каким образом маркетинг способствовал успеху «Wynn Las Vegas». Сочетание роскошных интерьеров, первоклассного сервиса и высококлассного развлечения стало ключевыми аспектами бренда «Wynn Las Vegas».

Отель активно использует цифровые каналы для продвижения своих услуг и привлечения клиентов. Веб-сайт «Wynn Las Vegas» является не только источником информации о номерах и услугах, но и платформой для онлайн-бронирования, где гости могут легко и удобно забронировать свое пребывание. Кроме того, отель активно присутствует в социальных сетях, публикуя фотографии и видео, рассказывая о своих акциях и специальных предложениях, а также взаимодействуя с клиентами через комментарии и личные сообщения. Одним из ключевых аспектов маркетинга «Wynn Las Vegas» является обеспечение высокого

уровня сервиса. Отель стремится предоставить гостям непревзойденный опыт проживания, начиная с момента бронирования и заканчивая отъездом. Персонал отеля обучен обеспечивать индивидуальный подход к каждому гостю, учитывая их потребности и предпочтения, что позволяет создавать уникальный и незабываемый опыт проживания. Данный отель регулярно организует различные специальные мероприятия и акции, которые привлекают внимание как местных жителей, так и туристов, например, концерты знаменитых артистов, тематические вечеринки, розыгрыши ценных призов и многое другое.



Рисунок 1. Отель «Wynn Las Vegas»

В конечном итоге, ключевым успехом гостиничного маркетинга является не только привлечение новых клиентов, но и удержание уже существующих. Постоянный контакт с гостями, предоставление высокого уровня сервиса и регулярные акции и специальные предложения помогают сохранить лояльность клиентов и обеспечить повторные бронирования.

Таким образом, маркетинг играет фундаментальную роль в успехе гостиничного бизнеса. Эффективное использование цифровых и офлайн-каналов продвижения, а также постоянное внимание к потребностям и предпочтениям клиентов помогают отелям привлекать новых гостей, удерживать старых и добиваться успеха на рынке

1. Афонасова, М. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / М. А. Афона- сова. - Томск: Эль Контент: 2015. - 108 с.
2. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник для академического бакалавриата / Л. В. Баумгартен. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 338 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534- 00581-3.
3. Джашеев И. К. Маркетинговые стратегии и инновации гостиничного предприятия / Молодой ученый. — 2016. — №11. — С. 708-710. — URL <https://moluch.ru/archive/115/30825/>
4. Шнурко, Н. В. Методический подход к разработке структуры бизнес-плана в предпринимательских структурах/ Современные проблемы науки и образования. – 2013. – Выпуск 1 (2013).

Гулевич М.С.

Этапы формирования теории туризма

*Уфимский государственный нефтяной
технический университет
(Россия, Уфа)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-169

Аннотация

Данная статья исследует этапы становления теории туризма, начиная с эмпирических наблюдений и заканчивая комплексным изучением с учетом социокультурных и экологических аспектов. Также статья обсуждает эволюцию понимания туристической деятельности и ее влияние на развитие индустрии туризма.

Ключевые слова: туризм, теория, развитие, этапы, эмпирические наблюдения, ключевые концепции, теоретическое обоснование, интеграция, устойчивый туризм, социокультурные аспекты, экологические аспекты.

Abstract

This article explores the stages of the formation of the theory of tourism, starting with empirical observations and ending with a comprehensive study taking into account socio-cultural and environmental aspects. The article discusses the evolution of the understanding of tourism activity and its impact on the development of the tourism industry.

Keywords: tourism, theory, development, stages, empirical observations, key concepts, theoretical justification, integration, sustainable tourism, socio-cultural aspects, environmental aspects.

Туризм – это не только отдых и развлечения, но и сложное явление, которое изучается и анализируется с помощью различных теорий. Эволюция теорий туризма – процесс, который прошел через несколько этапов, от начальных концепций до более сложных и глубоких аналитических моделей.

В начале своего развития теория туризма находилась на этапе эмпирических наблюдений. На этом этапе исследователи исходили из собственного опыта и наблюдений за туристическими потоками. Они описывали факты, закономерности и тенденции, но не создавали единой теоретической базы.

На втором этапе исследователи начали выделять основные концепции и принципы, лежащие в основе туризма. Одной из ключевых концепций стало понимание туризма как формы деятельности, связанной с перемещением людей из одного места в другое в целях отдыха, развлечений, познания и других целей. Также на этом этапе активно изучались мотивы и потребности туристов.

Третий этап характеризуется теоретическим обоснованием концепций туризма. Исследователи начали применять к туризму различные теории из социологии, экономики, психологии и других областей науки для более глубокого понимания процессов, происходящих в индустрии туризма. На этом этапе были разработаны такие теории, как теория мотивации в туризме, теория потребления туристических услуг, теория развития туризма и другие.

Сегодня теория туризма находится на этапе интеграции и комплексного изучения. Исследователи стремятся к созданию единой теоретической модели, объясняющей различные аспекты туризма с учетом его сложной природы и взаимосвязей с другими областями человеческой деятельности. На этом этапе активно развивается теория устойчивого туризма, которая учитывает влияние туризма на окружающую среду, экономику и социокультурные процессы.

Существует много причин для необходимости реализации теоретического понимания туризма: планетарный характер развития туризма, крупномасштабный характер туристической деятельности, необходимость научных обоснований устойчивого развития туризма и координация различных методов для решения общих проблем в туризме. Накопленные фактические материалы о туристической деятельности необходимо оценить, упорядочить и детально обобщить. Предназначение этой роли выполняет теория туризма. Ее суть заключается в эмпирическом подтверждении основных теоретических положений и концептуальных моделей туризма.

Современный туризм обладает всеми атрибутами социального института:

- Самодостаточность и автономия;
- Организационная целостность;

Наличие собственной инфраструктуры;

- Полный набор норм, принципов и правил, регулирующих деятельность его департаментов, учреждений и предприятий;
- Соответствующие ресурсы.

Для того чтобы обеспечить перспективы его развития, необходимо провести масштабные теоретические исследования основных компонентов этого «социального организма» и принципов его функционирования.

В рамках туризма, путешествий и приключений нашла выход самая основная мотивация человеческого поведения – это древнее стремление к личному «исследованию» мира, обеспечивающее потребность в развлечениях. В процессе путешествия менялся не только окружающий пейзаж, но и сам человек, превращая приобретенные знания и впечатления в достояние собственной духовной культуры. В связи с этим главным объектом исследования должны быть не отели, туристические агентства, прибыль, а путешествующий человек, что достигается только путем творческого сочетания исследований в области туризма с социологией, культурологическими исследованиями, этикой, психологией, историей, экологией и другими науками.

Современное научное понимание феномена туризма обеспечивается международными колледжами и исследовательскими центрами, но формирование научных принципов науки о туризме осуществляется постепенно на протяжении всего процесса ее становления и развития. Первая попытка научного понимания волн была предпринята в соответствии с общими культурными и философскими традициями. Исследователи, занимающиеся вопросами истории культуры, выделяют два периода эволюции теории туризма:

Первый период (дотуризм) – доиндустриальная эпоха социального и экономического развития. За этот период они не преодолели границ текущей практики, воплощенной в знаниях о путешествиях (до путешествия). Знания о путешествиях в основном представлены в хронологической и описательной форме. Особенностью этих поездок является то, что в них явно участвуют деловые и элитные, избирательные и социально ограниченные личности. Другими словами, их цель – это организовать торговые обмены, открыть новые земли, освоить новые рынки и организовать аристократический досуг. Все данные о путешествиях, разъездах и визитах в этот период выражаются в утилитарной целесообразности, что определяет характер первых осмысленных мнений о путешествиях, которые принадлежат путешественникам-историкам, дипломатам, философам, географам, купцам, мореплавателям. Эти наблюдения отражают мысли и культурные знания вдумчивого и чуткого участника туристических мероприятий. Расположенный в хронологическом порядке, первый период охватывает древнюю эпоху, период Возрождения и эпоху нового периода.

Второй период – это формирование индустриального общества и его переход к постиндустриальной стадии, а именно период формирования «институционализированных» знаний о путешествиях, появления качественно новых знаний о странствиях и создания первой теоретической модели туристической деятельности. Для него характерно появление научных знаний о странствиях. Как и прежде, эти знания даются путем наблюдения и понимания практики путешествий. В то же время они постепенно принимают форму теоретической модели деятельности субъекта. Факты этой деятельности фиксируются в понятиях (концепциях), и эти понятия становятся элементами теоретического построения.

Во втором периоде следует выделить несколько этапов:

- Первый этап (начиная со второй половины девятнадцатого века) – появление первых научных обобщений туристской практики, разработка основных базовых категорий науки о туризме. В этот период в Австрии, Швейцарии, Германии, Франции, Италии, Бельгии, Польше и других привлекательных для туризма европейских странах появилась первая серия работ, содержащих систематизированные результаты научного осмысления туристического опыта. В работах ученых этой эпохи широко используется профессиональный «язык туризма» и туристическая терминология.
- Второй этап (с первой половины XX века) туризм и транспорт в этот период начали приобретать туристическую направленность, которая оказывает положительное влияние на социально-экономические условия многих стран и стала рассматриваться как один из наиболее прибыльных секторов экономики.

Подводя итог, можно отметить, что за последние десятилетия научное понимание феномена туризма превратилось из тенденции в жизни туристического сообщества в стабильную модель и базовые потребности. Все это заложило прочную основу для развития туризма, теоретическое ядро исследований в области туризма.

Эволюция теории туризма – это процесс непрерывного развития и совершенствования понимания туристической деятельности. С каждым этапом исследователи приближаются к созданию комплексной теории, способной объяснить все аспекты туризма и способствовать устойчивому развитию этой важной отрасли.

1. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для СПО / Л. Г. Березовая. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с.
2. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для академического бакалавриата / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 317 с.
3. Справочник. Туризм [Электронный ресурс]. – URL: https://spravochnick.ru/turizm/molodezhnyy_turizm/

Девель А.М.

Совершенствование территориального бренда города Волоколамск. Рекламный проект «Волоколамск – встречайте историю!»

Государственный университет управления
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/trnio-04-2024-170

Аннотация

Работа посвящена разработке концепции совершенствования территориального бренда одного из значимых административных центров Московской области – города Волоколамска. В связи с актуальностью проведения мероприятий по социально-экономическому росту регионов Российской Федерации таким областям ЦФО, как Волоколамская, находящаяся в 120 км от Москвы, придается особо важное значение. В статье рассматривается концепция создания и продвижения уникального образа «града на воде». Целями брендинга данной территории по мнению автора являются качественный и количественный рост инвестиций в развитие региона, а также увеличение туристического потока, что в свою очередь приведет к масштабированию бизнеса и повышению уровня жизни населения. Автор анализирует сильные стороны бренда (узнаваемость, имидж, ценности и проч.), которые могут быть использованы в рекламной кампании для привлечения внимания целевой аудитории, а также идентифицирует потенциальные уязвимости, которые требуют внимания и корректировки. Выявленные предпочтения и ожидания целевой аудитории формируют рекламную стратегию проекта «Волоколамск – встречайте историю!», нацеленную на эффективное воздействие на потенциальных туристов, инвесторов и других заинтересованных сторон.

Ключевые слова: брендинг территорий (территориальный брендинг), Концепция маркетинга территорий, брендинг региона, Филипп Котлер, Сидни Леви, дестинации, визуализация, Креативный бриф рекламной кампании, позиционирование, продвижение branding of territories (territorial branding), Concept of territory marketing, landmark, branding of the region, Philip Kotler, Sidney Levy, destinations, visualization, Creative brief of an advertising campaign, positioning, promotion.

Abstract

The work is devoted to the development of a concept for improving the territorial brand of one of the significant administrative centers of the Moscow region - the city of Volokolamsk. Due to the relevance of carrying out activities for the socio-economic growth of the regions of the Russian Federation, such regions of the Central Federal District as Volokolamsk, located 120 km from Moscow, are given particular importance. The article discusses the concept of creating and promoting a

unique image of a “city on water”. The goals of branding this territory, according to the author, are the qualitative and quantitative growth of investments in the development of the region, as well as an increase in tourist flow, which in turn will lead to scaling up the business and improving the standard of living of the population. The author analyzes the strengths of the brand (recognition, image, values, etc.) that can be used in an advertising campaign to attract the attention of the target audience, and also identifies potential vulnerabilities that require attention and adjustment. The identified preferences and expectations of the target audience form the advertising strategy of the “Volokolamsk – Meet History!” project, aimed at effectively influencing potential tourists, investors and other interested parties.

Keywords: territory branding (territorial branding), Concept of territory marketing, region branding, Philip Kotler, Sidney Levy, destinations, visualization, Creative brief for an advertising campaign, positioning, promotion branding of territories (territorial branding), Concept of territory marketing, landmark, branding of the region, Philip Kotler, Sidney Levy, destinations, visualization, Creative brief of an advertising campaign, positioning, promotion

Тема развития брендинга территорий актуальна сегодня во всем мире. «Это комплексная маркетинговая деятельность, позволяющая идентифицировать ценности бренда государства, а также измерять, выстраивать и управлять имиджевой составляющей страны» [1].

Теоретическое понимание и значение маркетинга территорий впервые прозвучало в труде Филиппа Котлера и Сидни Леви «Расширение концепции маркетинга» [2]. Продолжили тему Грегори Эшворт и Хэнк Вугд в работе «Продавая город», где освещаются различные маркетинговые подходы к городскому планированию. Мне же в связи с исследованием, изложенным ниже, показалась особенно интересной книга Джерри Кёрнса и Криса Фило «Продажа территорий», где рассматривается продвижение города с использованием культурного кода, в том числе проведения культурных мероприятий на его различных площадках, как оффлайн, так и онлайн.

В России понятие территориального брендинга появилось сравнительно недавно, однако «особая актуальность вопросов брендинга предопределяет важность данной концепции, а именно актуализации своих особенностей для того, чтобы формировать и позиционировать себя как бренд» [3].

И если до начала 20-х гг. 21-го века тема была просто модной, то сейчас она стала приобретать все большую актуальность, и сейчас относится к одному из важнейших трендов национальных проектов. Это сигнал о том, что у нас за территориальным брендингом будущее.

Общая протяжённость границ России — 60 933 км. Потенциал ее огромен. Он включает в себя возможности для развития целого ряда туристических направлений (промышленного, гастрономического, экологического, этнографического, художественного, круизов и сплавов, горнолыжного, экспедиционного, экстремального, охотничьего, рыболовного и проч.). Что, безусловно, имеет целью повышение узнаваемости, туристической и инвестиционной привлекательности, и, следовательно, существенно подстегивает развитие экономики региона и ведет к снижению дотаций из центра.

При подготовке к осуществлению эффективной концепции регионального брендинга важно провести анализ конкурентных преимуществ и потенциала региона с учетом исторических реалий и культурного кода, собрать информацию о landmark'ax (символах места, то есть брендах, достопримечательностях, традиционных промыслах).

Алексей Дружинин, дизайн-директор и творческий руководитель проектов по брендингу территорий, регионов и городов Moscow Design Lab отмечает: «Идеальный бренд территории — тот, которым гордятся местные жители, видят в нём свою идентичность и готовы его продвигать. Если он при этом ещё и вызывает интерес у соседствующих регионов, городов, стран, то бренд будет работать и в сфере развития туризма» [4].

К тому же современный анализ экономического развития России говорит о том, что регионы уже столкнулись и будут продолжать встречаться «с высоким уровнем конкуренции за ресурсы, инвестиции и туристические потоки» [5].

В современной России есть множество примеров городов со своими религиозными, культурными и туристическими брендами: Москва, Сочи, Санкт-Петербург, Казань, города Золотого кольца. Трендом стало появление специализированных «тематических» брендовых городов. Таких как Мышкин, вотчина Деда Мороза в Великом Устюге. К чести создателей бренда города Урюпинска, они также сработали на «отлично».

К успешно реализованным проектам можно отнести проект территориального брендинга Ленинградской области [6]. Авторы грамотно использовали визуализацию, успешно вписав в айдентику бренда бабочку, символ Ленобласти.

Интересен проект «Ленских Столбов» – природного парка в Якутии на берегу реки Лены. Ленские столбы считаются одними из главных достопримечательностей региона.

Главной задачей маркетологам было инициирование имиджевых публикаций в СМИ, повышение узнаваемости, и достижение результатов, включающих в себя увеличение туристической и инвестиционной привлекательности Якутского региона. [7]. Результат – увеличение турпотока на 25 %.

Московская область традиционно занимает лидирующее место в рейтинге развития регионов. Наш проект разрабатывает и находит применение современным маркетинговым технологиям брендинга в конкретном округе, а именно старинном **Волоколамске**. Основанный в 1135 году, город привлекает гостей обилием исторических памятников и роскошной природой. Можно сказать, что туризм – сильнейшая сторона района [8]. На сегодняшний день на территории Волоколамского городского округа расположено порядка 68 объектов культурного наследия, 7 усадебных комплексов. Однако около 80 процентов объектов культурного наследия не обеспечены утвержденными зонами охраны, что угрожает их сохранности в их исторической среде и традиционному восприятию. В округе активно развивается экскурсионный, паломнический туризм, экотуризм и агротуризм – на территории округа работают зоопитомник, фермы и крестьянские хозяйства. С начала 2021 года Волоколамск посетило 55 тысяч туристов.

Однако современный город нуждается в современных активностях и современных подходах для ответов на вызовы настоящего времени. Необходимо перенаправить изменившиеся туристические потоки на внутренний туризм и использовать тренды в целях привлечения инвестиций для развития округа, что нарастит производство и даст новые рабочие места.

Одной из важнейших задач муниципальной программы Волоколамского округа «Культура и туризм» на 2023-2027 годы является организация мероприятий, связанных с процессами управления и распоряжения объектами культурного наследия и территориями, на которых они расположены, в целях повышения их инвестиционной привлекательности и эффективности использования [8].

Разрабатываемый проект призван достичь **следующих целей:**

1. Узнаваемости города;
2. Улучшения общего имиджа территории;
3. Привлечения туристов;
4. Усиления инвестиционной привлекательности города и района;
5. Уменьшения миграции и оттока коренного населения в сторону крупных агломераций, таких как Москва и Московская область, Санкт-Петербург и т.д.

Этапы проекта:

– **Определение географии проекта.**

Административный центр района – город Волоколамск.

Данный городской округ граничит с Клинским, Истринским и Лотошинским, Рузским, Можайским и Шаховским городскими округами. Площадь Волоколамского городского округа составляет 167,1 тысяча гектар [9].

Предполагаемый регион проведения рекламной компании - Волоколамск, Ивановское, как части московской агломерации.

– **Исследовательско-аналитический этап**

SWOT-анализ:

(Сильные стороны):

- Богатое наследие: Волоколамск известен своими историческими достопримечательностями.
- Культурные мероприятия - город организует регулярные культурные мероприятия: фестивали, концерты и выставки, которые привлекают внимание как местных жителей, так и туристов.
- Удобная инфраструктура - Волоколамск имеет хорошо развитую инфраструктуру, включая дороги, гостиницы и рестораны, что обеспечивает комфортное пребывание для туристов. Близость с Москвой (120 км).

(Слабые стороны):

- Ограниченная осведомленность – город мало известен, нет активного информирования об его достопримечательностях, есть необходимость привлечения внимания к городу. Отсутствие активного продвижения города.
- Ограниченное количество международных и российских туристов - в настоящее время Волоколамск мало известен за пределами России, логистика затруднена.

(Возможности):

- Развитие туризма - с ростом интереса к историческим и культурным путешествиям, Волоколамск имеет потенциал стать популярным туристическим направлением. Близость к Москве и возможность туристической поездки «одним днем» упрощает ситуацию. Район предоставляет возможности экотуризма по разумным ценам.
- Сотрудничество с туристическими агентствами

(Угрозы):

- Конкуренция с другими туристическими направлениями - существует множество других городов и регионов, которые также предлагают богатое культурное наследие и достопримечательности.
- Ограниченные финансовые ресурсы - необходимо обеспечить финансирование для проведения маркетинговых и коммуникативных активностей, чтобы эффективно привлекать внимание туристов.

Итого: Волоколамск имеет значительный потенциал стать привлекательным туристическим направлением благодаря своему историческому наследию и культурным мероприятиям. Постоянное развитие и улучшение инфраструктуры также являются важными факторами для привлечения и удержания посетителей.

– **Создание позиционирования**

Предлагаемое позиционирование: «Откройте историю и красоту Волоколамска».

Концепция: «Мы приглашаем вас на увлекательное путешествие по историческим и культурным достопримечательностям Волоколамска. Откройте для себя богатое наследие региона, окунитесь в атмосферу древних времен и насладитесь уникальной архитектурой и природой. Наши маршруты предлагают не только посещение знаменитых мест, но и участие в мастер-классах, фестивалях и других культурных мероприятиях, чтобы вы смогли полностью погрузиться в аутентичную атмосферу Волоколамска».

– **Визуализация**

Логотип города Волоколамск, связанный с выбранной тематикой, может быть выполнен в следующем стиле:

Центральный элемент логотипа - изображение монастыря, который является одним из самых известных исторических мест России.

Шрифт: Montserrat – заголовок, Open Sans – основной текст

Кегль: 40 – заголовок; 16,8 – основной текст.



Рисунок 1.

– **Продвижение и креативный бриф рекламной кампании**

Измеряемая цель: Повышение осведомленности к новому бренду, увеличение количества туристов и привлечение инвесторов в город Волоколамск на 8-10% в течение 5 месяцев до конца 2024 года.

Основное коммуникационное сообщение (слоган территории):

1. «Откройте двери в историю с Волоколамском!»

Вариативно для бордов: «Исследуйте Волоколамск - город с богатым наследием!», «Волоколамск - город, где история оживает!», «Не упустите возможность познакомиться с историческими сокровищами Волоколамска!»

Призывы к действию:

Запланируйте свое путешествие в Волоколамск и откройте двери в прошлое, чтобы увидеть исторические сокровища этого удивительного города!

Целевая аудитория: туристы, местные жители и предприниматели города со средним и высоким уровнем заработка дохода и разным уровнем образования, а также религиозными убеждения

Бюджет: 3 000 000 рублей. **Время проведения:** 3 месяца

Используемые медиа:

– **Социальные сети:**

В настоящее время существует тенденция «использования лидеров мнений как наиболее эффективного канала продвижения, вызывающего доверие и формирующего ценностные ориентиры у молодежной аудитории» [10]. Создание и поддержка официальной страницы Волоколамска в социальных сетях, таких как Вконтакте с регулярным размещением информации о исторических достопримечательностях и проводимых мероприятиях.

– **Онлайн-платформы:**

Рекламные баннеры, статьи и видеоролики о Волоколамске и его исторических достопримечательностях могут быть размещены на популярных туристических веб-сайтах.

– **Наружная реклама:**

Размещение билбордов и рекламных щитов с изображениями Волоколамска и его исторических достопримечательностей в туристических районах и на автомагистралях.

КРІ: Увеличение числа подписчиков на официальных страницах Волоколамска в социальных сетях на 6-7% в течение года.

КРІ: Увеличение числа посетителей исторических достопримечательностей на 5% в течение года.

КРІ: Увеличение числа посетителей исторических достопримечательностей на 10-15% в течение года.

Общий бюджет на мероприятия составляет 2.721.672. С учетом компенсации рисков (12%) итоговый бюджет- 3.048. 273 тыс. рублей. Практически бюджет креативного брифа превышен минимально.

Критерии успеха проекта (ассоциации, которые действительно работают; в бренд верят местные жители; наличие landmark (символа места) в проекты достижимы. В целом, концепция «Волоколамск - встречайте историю» является креативным и инновационным подходом к привлечению внимания к историческому наследию города. Она предлагает уникальные и

интересные мероприятия, которые позволят каждому посетителю окунуться в прошлое и узнать больше о богатой культуре Волоколамска.

Таким образом следует отметить, что слова Президента, сказанные им в «Разговорах о важном» о том, что «для нашей страны с ее огромной территорией и относительно небольшим для такой территорией населением очень важно, чтобы наши отдельные регионы не обезлюдели, чтобы не было депопуляции этих территорий» [11] приобретают реальное воплощение. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» будет продлен и после 2024 года. Он является приоритетным национальным проектом. При резко возросшем спросе необходимо развивать новые дестинации. Поэтому показанный в данной статье проект развития территориального бренда Волоколамска, «града на воде» в центре России так интересен и важен для развития края.

1. Васильева, О. А. Национальный брендинг России / О. А. Васильева // Маркетинг. – 2014. – № 1(134).
2. Котлер Ф., Леви С. Расширение концепции маркетинга // Классика маркетинга. СПб.: Питер, 2001.
3. Глинская И. Ю. Территориальный брендинг — механизм формирования бренда России. Вестник Бист (Башкирского института социальных технологий). — 2016. — с. 15–20.
4. Агафонов, Н. С. Брендинг территорий в России: проблемы и возможности / Н. С. Агафонов. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2019. — № 14 (252). — С. 79-81. — [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/252/57758/>
5. Хороший бренд территории — это сумма смыслов и ценностей. 10.07.2023 // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://design.hse.ru/news/2933>
6. Территориальный брендинг Ленинградской области. 26.10.2017 // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://endylab.ru/projects/branding/lenoblbranding>
7. Как брендинг территорий помогает развитию регионов. 17.01.2020 // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://dzen.ru/a/XiCE1Oz7gACu44E4>
8. Паспорт муниципальной программы Волоколамского городского округа Московской области «Культура и туризм» на 2023-2027 годы// [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://volokgo.ru/files/2024/01/24/%E2%84%96%2030%20%D0%BE%D1%82%2018.01.2024.pdf>
9. «Экскурсия, которая изменит жизнь. Волоколамск может стать центром притяжения туристов» (10.11.2018) [Электронный ресурс] / 360tv. ru, 2018. – Режим доступа: <https://360tv.ru/tekst/obschestvo/volokolamsk-turism/>
10. Васильева, О. А. Лидеры мнений как эффективный канал формирования потребительских предпочтений у поколения Z / О. А. Васильева // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – № 75-2.
11. «Путин напомнил о важности равномерного развития всех территорий России» – [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/society/news/2023/09/01/993093-putin-napomnil-o-vazhnosti-razvitiya>

Джабраилов Д.Х., Джабраилова И.Х.

Понятие и функции государственного управления

*Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-171

Аннотация

Научное исследование представляет собой глубокий анализ органов исполнительной власти в России, их системообразующую роль и направленность на достижение ключевых стратегических целей государственной политики. Текст подчеркивает различия между органами исполнительной власти и органами местного самоуправления, выявляя их уникальные функции и ответственности. Автор выделяет основные признаки государственного управления, такие как наличие аппарата с административными полномочиями, формальная определённость функциональных обязанностей и акцент на соблюдение нормативных положений.

Ключевые слова: понятие, функции, государственное управление, власть, исполнительная власть.

Abstract

This scientific study constitutes a profound analysis of the executive authorities in Russia, their systemic role, and their orientation towards achieving key strategic goals of state policy. The text emphasizes the distinctions between the executive authorities and local self-government bodies, elucidating their unique functions and responsibilities. The author highlights essential features of state governance, such as the presence of an apparatus with administrative powers, formal delineation of functional duties, and an emphasis on adherence to regulatory provisions.

Keywords: concept, functions, state governance, power, executive authority.

Одним из ключевых аспектов исполнительной власти в Российской Федерации является ее системообразующая роль в государственной структуре. Это выражается в направленности органов исполнительной власти на осуществление единой политики, учитывая отраслевую принадлежность каждого органа. Следует отметить, что основная часть государственных гражданских служащих функционирует именно в этих органах, что подчеркивает их ключевую роль в управлении. Исполнительная власть Российской Федерации является существенным звеном и ветвью власти.

Именно органы исполнительной власти являются системообразующими государственными органами публичной власти, направленными на достижение основных показателей единой политики Российской Федерации исходя из отраслевой принадлежности органа исполнительной власти.

Основной конгломерат государственных гражданских служащих Российской Федерации осуществляют свою служебную деятельность именно в органах исполнительной власти Российской Федерации и субъектов Российской Федерации.

Органы исполнительной власти Российской Федерации и субъектов Российской Федерации не стоит отождествлять с органами местного самоуправления, наделёнными исполнительными функциями.

Государственное управление выступает сложным и многогранным явлением в системе государственной власти, направленным на реализацию публичных властных полномочий органов государственной власти, в целях реализации единой государственной политики в различных направлениях жизнедеятельности общества.

Государственное управление как институт и основополагающий признак государства возник с момента возникновения государства. Без обозначенного признака, государство не может функционировать в полном объеме и не будет называться таковым [1, с. 46].

Государственное управление обладает существенными признаками регулирования деятельности. Так, в соответствии с теорией государства и права, признаки выступают отличительными свойствами, разграничивающими один предмет или понятия исходя из структуры от иного.

Основными признаками государственного управления являются:

1. Наличие аппарата, наделенного административными властными полномочиями.
2. Формальная определённость функциональных обязанностей, осуществляемых в процессе деятельности.
3. Упор на соблюдение основных нормативных положений, регулирующих применение правомочий административного правового характера.
4. Предмет распространения административных властных полномочий.
5. Возможность совершенствовать и расширять административные властные полномочия.
6. Наличие территории, на которой распространяются императивные требования в процессе правового применения [2, с. 13].

Только наличие определённых отличительных свойств является фактором, закрепляющим наличие полномочий по государственному управлению.

Кроме признаков, государственное управление характеризуется своими функциями, являющимися основными направлениями деятельности, так к обозначенным направлениям деятельности относятся:

1. Реализация направлений единой политики государства исходя из направлений жизнедеятельности общества.
2. Неукоснительное соблюдение прав и свобод человека и гражданина при осуществлении административных властных функций.
3. Развитие системы привлечения к ответственности должностных лиц, за совершение противоправных действий, установленных законодательством Российской Федерации.
4. Формирование иерархии подчинения при осуществлении административных властных полномочий.
5. Мониторинг реализации основных направлений развития институтов государственного строительства [3, с. 30].

Основные направления деятельности государственного управления отображают аспект раскрывающий смысл создания обозначенного института.

Вместе с тем, государственное управление в современной России подчёркивает и негативные изменения. Бюрократизация является серьезным вызовом для эффективного функционирования государственного управления в России. Этот процесс приводит к излишней сложности и медленности в принятии решений, а также создает препятствия для инноваций и развития.

Органы исполнительной власти, как основные носители бюрократических процессов, часто сталкиваются с проблемами, связанными с избыточной формализацией, бюрократическими барьерами и недостаточной гибкостью в принятии решений. Это замедляет реакцию на изменения в обществе и экономике, увеличивает издержки и ухудшает качество услуг, предоставляемых государством.

Более того, бюрократизация может привести к коррупции и недостаточной ответственности перед обществом, поскольку чрезмерное количество формальностей может создавать благоприятную почву для злоупотреблений и затруднять контроль за исполнением власти.

Для преодоления бюрократизации необходимы системные изменения в организации государственного управления, направленные на упрощение процедур, повышение прозрачности и ответственности, а также на улучшение взаимодействия между различными органами власти. Это требует не только изменений в законодательстве и политике, но и культурных изменений в обществе и самом государственном аппарате. [4, с. 77]. Решение проблемы бюрократизации требует комплексного подхода и включения всех заинтересованных сторон – как государственных служащих, так и общественности. Совместные усилия по сокращению бюрократических барьеров помогут создать более открытое, гибкое и ответственное государственное управление, способное эффективно реагировать на вызовы современного мира и обеспечивать удовлетворение потребностей граждан.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации, Российская Федерация является демократическим, правовым и социальным государством, политика которого направлена на достойное развитие и проживание гражданина и человека на территории Российской Федерации.

С учётом изложенного, отображается общая характеристика государственного управления, раскрывающая основные проблемы и коллизии обозначенного института. Необходимо активно работать над устранением проблем и коллизий в государственном управлении, чтобы обеспечить стабильное и сбалансированное развитие общества, уважение прав и свобод граждан, а также соблюдение принципов конституционного строя.

2. Бачило И.Л. Исполнительная власть в Российской Федерации. Проблемы развития. М., 2015. С. 80.
3. Габричидзе Б.Н., Чернявский А.Г. Административное право. М., 2015. С. 30.
4. Попов Л.Л., Мигачев Ю.И., Административное право России: учеб. / М.: ТК Велби, Изд-во Проспект. 2021. С. 130.
5. Бровко Н.В., Григорян С.А., Соколова Ю.А. Административное право. Ростов н/д. 2016. С. 220.

Джабраилов Д.Х., Джабраилова И.Х.

Проблемы правового регулирования обеспечения экономической безопасности в сфере

*Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-172

Аннотация

В представленной статье проанализированы проблемы, связанные с юридическим регулированием обеспечения экономической безопасности в контексте управления внешнеэкономической деятельностью и таможенным контролем. Особое внимание уделено процессу формирования и развития механизмов обеспечения безопасности внешнеэкономической деятельности Российской Федерации. Кроме того, выполнен анализ нормативных актов, направленных на регулирование взаимоотношений в области юридического обеспечения экономической безопасности и таможенного контроля.

Ключевые слова: право, государственный орган, государственное управление, экономическая безопасность, экономические отношения, правовой статус, таможенный контроль.

Abstract

The present article analyzes issues related to the legal regulation of ensuring economic security in the context of managing foreign economic activities and customs control. Special attention is devoted to the process of forming and developing mechanisms for ensuring the security of foreign economic activities in the Russian Federation. Additionally, an analysis of regulatory acts aimed at regulating relations in the field of legal support for economic security and customs control has been conducted.

Keywords: law, government agency, public administration, economic security, economic relations, legal status, customs control.

Общество представляет собой динамичную и комплексную систему, постоянно претерпевающую эволюцию и улучшение во всех аспектах общественной жизни. От примитивных обществ, формирующих основы государства и экономики, до современности, где установленные модели управляют государственными и экономическими структурами, мыслителей всегда волновал вопрос об оптимальной глобальной экономической системе на основе отношений собственности и экономических механизмов.

В современном контексте геополитической и геоэкономической нестабильности, отмеченной регулярными экономическими кризисами, уязвимость экономических систем перед глобальными катастрофическими сценариями становится реальной экономической угрозой для каждой страны. Это подчеркивает важность «экономической безопасности» [1, с. 339]. В области межгосударственных отношений подчеркиваются экономические аспекты национальной и международной безопасности, причем российские научные исследования предоставляют отличную перспективу по сравнению с западными теоретиками.

Основное различие между российским и западным подходами к «экономической безопасности» заключается в более конкретном понимании этого термина западными экспертами. Компоненты внешнеэкономической безопасности России определены в Национальной стратегии безопасности до 2030 года, выделяя шесть основных стратегических рисков и угроз, включая поддержание модели развития экспортоориентированных сырьевых

ресурсов, снижение конкурентоспособности и высокую зависимость от внешнеэкономических условий.

В свете вышеизложенного исследователи в теории и практике выделяют три фундаментальных международных аспекта обеспечения экономической безопасности: импорт «критически важных» товаров, продовольствия и энергоресурсов; импорт высокотехнологичной продукции и передовых технологий; и оборонные категории продукции и оружия. В условиях глобальной экономической нестабильности главное внимание в области внешнеэкономической безопасности уделяется сохранению и укреплению позиции страны в мировой экономической системе. Стратегические интересы в этом контексте обладают четко выраженной национальной спецификой [2, с. 119].

Внешнеэкономическая безопасность, в своей основе, заключается в согласовании результатов внешнеэкономической деятельности с интересами Российской Федерации на государственном уровне. Политика, направленная на достижение внешнеэкономической безопасности, должна обеспечивать устойчивое, независимое развитие страны как единого хозяйственного организма, обеспечивая ее целостный экономический рост через рациональные и эффективные внешнеэкономические отношения и инновационные трансформации в различных секторах [3, с. 34].

Для обеспечения экономической безопасности государства необходимо строго соблюдение предпосылок, направленных на повышение конкурентоспособности, адаптацию к условиям мирового рынка, обеспечение управляемости и готовность реагировать на меры протекционистской защиты и политику либерализации, все с целью поддержания устойчивого экономического роста.

Стратегия экономического развития подчеркивает, что состояние экономики, соответствующее требованиям экономической безопасности России, должно отражаться в определенных качественных критериях и параметрах, обеспечивающих приемлемые условия жизни, социально-экономическую стабильность, социополитическую устойчивость, национальную целостность и способность противостоять внутренним и внешним угрозам.

Усиление реализации теоретических принципов в области внешнеэкономической безопасности на территории государства требует учета практических аспектов и соблюдения таможенного контроля, который отражает сущность взаимодействия государств. Таможенный контроль включает в себя разнообразные меры, проводимые таможенными органами, прежде всего, для обеспечения соблюдения таможенного законодательства, международных договоров и других нормативных актов. Функции таможенного контроля, в соответствии с действующим законодательством, осуществляются таможенными органами.

Текущие тенденции в таможенном регулировании указывают на увеличение важности и доли проверочных мероприятий в рамках последующего контроля, соответствуя мировым практикам и принципам международного права, включая Киотскую конвенцию. Законодательство значительно увеличило период, в течение которого таможенные органы могут проверять достоверность данных после таможенного оформления [4, с. 19-20].

Таким образом, достижение целей в области внешнеэкономической безопасности России требует укрепления государственной власти, увеличения доверия к институтам и рационализации механизмов формирования экономической политики, основанных на усилении правового регулирования в России.

Обеспечение условий для внешнеэкономической безопасности включает в себя, прежде всего, поддержание стабильного экономического развития и выравнивание качества макро- и микроэкономической среды с мировыми стандартами. Критически важно тщательно разработать национальную концепцию международной конкурентоспособности России с участием представителей государства, законодательных органов, научных кругов и общественных организаций.

Проблемы правового регулирования обеспечения экономической безопасности в сфере государственного управления внешнеэкономической деятельностью и таможенного контроля актуальны в современном мире. Несмотря на развитие законодательства и принятие стратегий

национальной безопасности, остаются вызовы, требующие дальнейшего внимания и улучшения механизмов реагирования.

Одной из ключевых проблем является несоответствие существующего законодательства современным вызовам и тенденциям в мировой экономике. Это может привести к юридическим пробелам, которые затрудняют эффективное регулирование внешнеэкономической деятельности и таможенного контроля.

Кроме того, недостаточная координация между различными органами и уровнями власти может привести к дублированию функций и конфликтам компетенции, что затрудняет оперативное принятие решений и реагирование на экономические угрозы.

Решение данных проблем требует комплексного подхода, который включает в себя не только правовые меры, но и усиление институциональных механизмов, повышение квалификации персонала и развитие международного сотрудничества в сфере обеспечения экономической безопасности. Только такой подход позволит эффективно справиться с вызовами современного мира и обеспечить стабильное развитие российской экономики.

1. Арбатов, А. А. Экономическая безопасность России: учебник / В. К. Сенчагов, А. А. Арбатов, А. А. Ведев; Под ред. В.К. Сенчагова. — М.: БИНОМ. ЛЗ, 2018. — 815 с.
2. Зимненко, Б. Л. Международное право и правовая система Российской Федерации / Б. Л. Зимненко. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 540 с.
3. Криворотов, В.В. Экономическая безопасность государства и регионов. Учеб. пособие. Гриф УМЦ «Профессиональный учебник» / В.В. Криворотов, А.В. Калина, Эриашвили. — М.: ЮНИТИ, 2017. — 351 с.
4. Сенчагов, В.К. Инновационные преобразования как императив устойчивого развития и экономической безопасности России / В.К. Сенчагов. - М.: Анкил, 2015. - 801 с.

Джабраилов Д.Х., Джабраилова И.Х.

Стратегическое планирование в механизме государственного управления: проблемы правового регулирования

*Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-173

Аннотация

В данной работе, основываясь на проведенном анализе положений законодательных актов, регулирующих процессы стратегического планирования в Российской Федерации, выделены определенные трудности, связанные с нормативным закреплением компетенции участников данной сферы деятельности, структурой документов стратегического планирования и процедурами их официальной государственной регистрации.

Ключевые слова: стратегическое планирование, государственное управление, стратегия, правовое регулирование.

Abstract

In this work, based on the analysis of legislative acts regulating the processes of strategic planning in the Russian Federation, certain difficulties related to the normative definition of the competence of participants in this field of activity, the structure of strategic planning documents, and the procedures for their official state registration have been identified.

Keywords: strategic planning, public administration, strategy, legal regulation.

В период перехода управления государством на стратегический уровень критически важно переосмыслить роль государства. Эволюция государственного механизма, под влиянием различных мыслителей и технологического прогресса, преобразила концепцию и цель государства. Изначально рассматриваемое как противостоящее и наказывающее учреждение,

государство теперь рассматривается как потенциальный партнер для физических лиц, общественных объединений и бизнеса.

Демократизация государственного механизма, признание личности как высшей ценности, подчеркивает цель государства: сохранение и усиление человеческого капитала. Этот сдвиг требует стратегического планирования в государственном управлении, согласования функций государства с социальными потребностями и обеспечения гибкого управления.

Термин «стратегия», происходящий из древнегреческого исхода и изначально связанный с военным делом, перешел от военных действий к гражданскому и корпоративному управлению. В середине XX века стратегическое планирование стало явлением, когда крупные компании адаптировались к современным вызовам. Признавая неэффективность методов директивного планирования, стратегическое планирование стало ключевым в достижении устойчивого развития.

Существует множество трактовок стратегического планирования. Райцберг рассматривает его как целеполагающее планирование на различных уровнях, внедряющее стратегии долгосрочного развития. Кузык, Кушлин и Яковец определяют его как стадию управления, направляющую прогресс социально-экономической системы. Гапоненко и Савельева рассматривают его как неотъемлемый элемент стратегического управления, определяя миссию, цели и задачи с элементами целеполагания, прогнозирования и планирования.

Эволюция роли государства требует стратегического планирования в государственном управлении, соответствующего современным вызовам и способствующего устойчивому развитию путем учета различных интересов и долгосрочных стратегий.

В контексте введения санкций между Россией и странами Западной Европы становится критически важным усиление механизмов государственного управления. Основные цели включают в себя минимизацию отрицательных экономических последствий, поддержание социальной ориентации государства и обеспечение национальной безопасности через стратегическое планирование.

Государственная стратегия, как конституционный институт, включает в себя нормы по постановке целей, мониторингу, анализу, прогнозированию и планированию в соответствии с Конституцией Российской Федерации. Федеральный закон от 28 июня 2014 года № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» определяет стратегическое планирование как деятельность, направленную на социально-экономическое развитие с акцентом на национальной безопасности.

Дебаты продолжаются более 15 лет относительно двух подходов к стратегическому планированию в России — один основан на западном корпоративном управлении для прогностического планирования, а другой утверждается на советских традициях, подчеркивая связность и нормативную консолидацию [2, с. 192].

Неоспорима необходимость стратегического планирования, но сохраняются юридические и терминологические неопределенности. Федеральный закон от 28 июня 2014 года № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», рассматриваемый как творческая роль в государственном правовом регулировании [3, с. 24], наследует от 20 июля 1995 года № 115-ФЗ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации», критикуемый за неэффективную правовую основу [4, с. 7].

Различие заключается в радикальном изменении объема и структуры правового документа, где Закон о стратегическом планировании включает сорок семь статей для более детального регулирования. Однако остаются вопросы относительно его содержания.

В главе 2 законодатель детально определяет полномочия российских властей, субъектов Федерации и органов местного самоуправления в стратегическом планировании. Однако в главе 3 вводится юридическая неопределенность в определении компетенции участников. Примером служит разделение полномочий Совета безопасности Российской Федерации в этой области, что вызывает регуляторный беспорядок.

Иновация в статье 12 о государственной регистрации документов стратегического планирования менее логична. Она обязывает прохождение государственной регистрации в федеральном реестре стратегических планов, управляемом Министерством экономического развития, вызывая вопросы о том, почему не было выбрано Министерство юстиции Российской Федерации, учитывая его схожие функции. Законодательная модель кажется сомнительной, напоминая подход «создай сам — контролируй качество созданного».

Система документов стратегического планирования остается недостаточно ясной и неструктурированной. Прежде всего, законодатель не прямо определяет юридический статус таких документов, но можно предположить, что эти документы должны быть утверждены компетентным федеральным органом, органом субъекта Российской Федерации или органом местного самоуправления. Как это произойдет, не совсем ясно. Таким образом, следует признать, что практически каждый документ стратегического планирования представляет собой нормативно-правовой акт соответствующей формы, утвержденный компетентным органом.

Что касается видов документов стратегического планирования, их перечень определен в статье 11 Закона «О стратегическом планировании». Согласно установленной норме, система документов стратегического планирования не охватывает все принятые до настоящего времени программные акты (включая концепции и доктрины). Доктрина, как специфический документ стратегического планирования, не была детализирована и упоминается лишь случайно, в контексте обеспечения национальной безопасности [5].

Законодательство избежало «размытия» даже в статье 9 Закона «О стратегическом планировании», заявляя, что отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации включают «иные документы стратегического планирования, соответствующие требованиям настоящей статьи, разработка которых утверждена Президентом Российской Федерации или Правительством Российской Федерации».

Учитывая вышеизложенное, можно заключить, что юридическое регулирование стратегического планирования в России, к сожалению, далеко от идеального состояния и требует значительных технических и юридических корректировок.

1. Маланыч И.Н. Институт государственной стратегии в конституционном праве // Конституционное и муниципальное право. – 2007. – № 13. С. 320.
2. Смирнова О.О. Государственное стратегическое планирование (доклад лауреата международной премии им. Н.Д. Кондратьева) // Альманах «Кондратьевские волны: Палитра взглядов». – Москва, 2013. С. 440.
3. Тихомиров Ю.А. Научная школа публичного права // Журнал российского права. – 2015. – № 9. С. 24-27.
4. Чертков, А.Н. Правовое обеспечение стратегического планирования территориального развития Российской Федерации // Журнал российского права. – 2012. – № 11. С. 7-11.
5. О стратегическом планировании в Российской Федерации: Федеральный закон от 28 июня 2014 года № 172-ФЗ // Российская газета. – 2014. – № 146.
6. Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года: Указ Президента РФ от 19 декабря 2012 года № 1666 // Собрание законодательства РФ. – 2012. – № 52. – Ст. 7477.

Джабраилов Д.Х., Джабраилова И.Х.

Управление государственным долгом: методы и финансово-правовое регулирование

*Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/trnio-04-2024-174

Аннотация

Рассмотрены сущностные и характеристические аспекты государственного долга России. Проанализированы причинно-следственные связи между категорией государственного долга и социально-экономическим развитием государства. Систематизированы структурные элементы управления государственным долгом. Изложены методы управления

государственным долгом в общем, а также стандартные и нетрадиционные инструменты погашения долговых обязательств.

Ключевые слова: государственный долг, долговые обязательства, управление государственным долгом, долговая стратегия.

Abstract

The article examines the essential and characteristic aspects of Russia's public debt. The causal relationships between the category of public debt and the socio-economic development of the state are analyzed. The structural elements of public debt management are systematized. The methods of public debt management in general, as well as standard and non-traditional instruments for debt repayment, are outlined.

Keywords: public debt, debt obligations, public debt management, debt strategy.

В современной юридической обстановке России вопрос управления государственным долгом становится критическим. Значительный объем государственного долга России на 1 января 2019 года составлял 18,781 триллионов рублей, представляя срочную финансово-экономическую проблему. Влияние значительной задолженности негативно сказывается на количественных и качественных аспектах финансовой политики государства и общей социально-экономической ситуации. Затраты на обслуживание и погашение государственного долга, а также отток средств из производственного сектора и уменьшение бюджетных ассигнований на социальные программы значительно влияют на экономический рост и развитие [3].

На глобальном уровне зависимость от долга подвергает риску политическую и экономическую автономию, делая управление государственным долгом важным и обсуждаемым вопросом. Неотложность в решении этих проблем связана с трудоемким процессом установления теоретической основы управления государственным долгом в рамках действующих политических и социально-экономических целей. Это приводит к недостаточной проработке юридических аспектов управления государственным долгом.

Финансовое право играет ключевую роль в формировании принципов организации уполномоченных органов власти, определении их методов взаимодействия, компетенции, функций и структуры государственного долга. Применение авторитетных юридических методов создает основу для бюджетно-налоговых и валютных отношений, соответствуя социальным отношениям в этой сфере и соответствующим нормативно-правовым актам в России.

Приведенные аргументы подчеркивают актуальность исследования методов и основ финансово-правового регулирования управления государственным долгом в современных условиях Российской Федерации. В сфере финансовой политики государства применяется комплексный подход, включающий административные и финансовые ресурсы [2, с. 158]. Этот системный подход направлен на минимизацию воздействия долговых обязательств на экономическое развитие государства и обеспечение его экономической безопасности за счет мобилизации финансовых ресурсов и внедрения организационных, бюджетно-финансовых, контрольных и учетных процедур.

В условиях рыночной экономики управление государственным долгом требует учета экономических и финансовых методов, включая гражданско-правовые и административно-правовые подходы. В контексте юридических аспектов управления государственным долгом рекомендации Международной организации верховных инстанций финансового контроля (ИНТОСАИ), учрежденной в 1953 году, имеют ключевое значение. Рекомендации ИНТОСАИ, разработанные высшими органами финансового контроля, касаются нормативно-правовой основы регулирования долговых отношений и методов управления государственным долгом.

Согласно положениям Комитета по государственному долгу стран-участниц ИНТОСАИ, включая Россию, членство в Счетной палате ИНТОСАИ с 1995 года,

законодательная база конкретного государства должна включать следующие структурные элементы:

- Систему целей и задач, а также направлений использования государственного долга.
- Разработанную стратегию государственного долга.
- Наличие институтов, уполномоченных не только на получение кредитов от имени государства, но и на организацию выплат по долгу.
- Присутствие субъектов с компетенцией для подписания долговых контрактов и управления государственным долгом.
- Условия, регулирующие деятельность федерального органа исполнительной власти в качестве гаранта.
- Обеспечение публичности, доступности и прозрачности информации о государственном долге, включая отчеты по его управлению [4, с. 272].

В конечном итоге для определения и использования эффективных методов управления государственным долгом необходимо учитывать следующие аспекты:

- Необходимость разработки соответствующей стратегии долга со стороны соответствующего федерального органа исполнительной власти до возникновения долгового обязательства.
- Структура, объем и состав долга должны соответствовать предварительно разработанной стратегии долга.
- Принципиальность проведения оценки риска, связанного с долговой стратегией.
- Выбор эффективных и рациональных методов управления государственным долгом.
- Мониторинг, учет, контроль и модификация методов управления государственным долгом [1, с. 579].

В сфере финансового права традиционные методы управления государственным долгом включают рефинансирование, секьюритизацию, реструктуризацию, консолидацию, конверсию, унификацию, аннулирование и списание долгов [4, с. 594].

Управление может включать как стандартные, так и нестандартные особенности и характеристики. В первом случае предполагается выплата долга в соответствии с графиком и его погашение наличными платежами по номиналу срочных требований. В случае нестандартных схем говорится о немонетарной форме расчетов и наличии условий списания части долга.

Таким образом, существование правовых отношений, вытекающих из договора о государственном долге, подталкивает к исследованию вопросов, связанных с особенностями его управления, особенно тщательно, что, с одной стороны, связано с удовлетворением интересов субъектов-держателей государственных долговых бумаг, а, с другой, с обеспечением экономической безопасности всего государства.

В данном случае приоритет интересов государственных органов власти неоспорим в контексте удовлетворения интересов кредиторов, но и не отвергает наличие гражданских прав и свобод, подчеркивая, тем самым, специфику данных правоотношений. Кроме того, следует отметить, что эффективное управление государственным долгом требует не только стратегического подхода, но и постоянного мониторинга и адаптации методов в соответствии с изменяющимися экономическими условиями. Важно также обеспечить широкую доступность информации о состоянии долга и его управлении для граждан и заинтересованных сторон, чтобы обеспечить прозрачность и доверие к финансовым процессам государства.

1. Барышникова К.В. Управление государственным долгом: проблемы и перспективы // Экономика, управление и право: тенденции и перспективы развития сборник материалов I Всероссийской научной конференции студентов и аспирантов. - 2018. - С. 578-582.

2. Малыева В.Д. Управление государственным долгом // Актуальные вопросы в науке и практике: Сборник статей по материалам V международной научно-практической конференции: В 4 частях. Ответственный редактор: Халиков А.Р. - 2018. - С. 158-164.
 3. Министерство финансов РФ: официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: https://www.minfin.ru/ru/performance/public_debt/external/ (дата обращения 25.11.2023)
 4. Михненко Е.В. Управление государственным долгом: современное состояние и пути улучшения // Наука, образование, инновации: Апробация результатов исследований: Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. под общей редакцией А.И. Вострецова. - 2018. - С. 271-274.
 5. Поживилко А.В. Методы управления государственным долгом // Молодежь и научно-технический прогресс Сборник докладов IX международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: в 4 томах. - 2018. - С. 594-596.
-



LJournal

Научно-издательский центр

Рецензируемый научный журнал

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
№108, Апрель 2024**

Часть 3

Подписано в печать 25.04.2024. Тираж 400 экз.
Формат.60x841/16. Объем уч.-изд. л.11,28
Отпечатано в типографии Научный центр «LJournal»
Главный редактор: Иванов Владислав Вячеславович