



**НАУЧНЫЙ  
ФОРУМ**  
nauchforum.ru



**VII Студенческая международная  
заочная научно-практическая  
конференция**

# **МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ**

## **№ 6(7)**

г. МОСКВА, 2018



## МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:

*Электронный сборник статей по материалам VII студенческой  
международной научно-практической конференции*

№ 6 (7)  
Апрель 2018 г.

Издается с декабря 2017 года

Москва  
2018

УДК 08  
ББК 94  
М75

Председатель редколлегии:

**Лебедева Надежда Анатольевна** – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

**Арестова Инесса Юрьевна** – канд. биол. наук, доц. кафедры биозкологии и химии факультета естественнонаучного образования ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», Россия, г. Чебоксары;

**Ахмеднабиев Расул Магомедович** – канд. техн. наук, доц. кафедры строительных материалов Полтавского инженерно-строительного института, Украина, г. Полтава;

**Бахарева Ольга Александровна** – канд. юрид. наук, доц. кафедры гражданского процесса ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», Россия, г. Саратов;

**Бектанова Айгуль Карибаевна** – канд. полит. наук, доц. кафедры философии Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина, Кыргызская Республика, г. Бишкек;

**Волков Владимир Петрович** – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

**Елисеев Дмитрий Викторович** – кандидат технических наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

**Комарова Оксана Викторовна** – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург;

**Лебедева Надежда Анатольевна** – д-р филос. наук, проф. Международной кадровой академии, чл. Евразийской Академии Телевидения и Радио, Украина, г. Киев;

**Маршалов Олег Викторович** – канд. техн. наук, начальник учебного отдела филиала ФГАОУ ВО "Южно-Уральский государственный университет" (НИУ), Россия, г. Златоуст;

**Орехова Татьяна Федоровна** – д-р пед. наук, проф. ВАК, зав. кафедрой педагогики ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», Россия, г. Магнитогорск;

**Самойленко Ирина Сергеевна** – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

**Сафонов Максим Анатольевич** – д-р биол. наук, доц., зав. кафедрой общей биологии, экологии и методики обучения биологии ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный педагогический университет", Россия, г. Оренбург;

**Яковишина Татьяна Федоровна** – канд. с.-х. наук, доц., заместитель заведующего кафедрой экологии и охраны окружающей среды Приднепровской государственной академии строительства и архитектуры, член Всеукраинской экологической Лиги.

**М75 Молодежный научный форум.** Электронный сборник статей по материалам VII студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2018. – № 6 (7) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF\\_interdisciplinarity/6\(7\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/6(7).pdf)

Электронный сборник статей I студенческой международной научно-практической конференции «Молодежный научный форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

## **Оглавление**

<b>Рубрика 1. «История и археология»</b>	<b>5</b>
КНДР В ОСВЯЩЕНИИ СОВЕТСКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ (1965 – 1972 ГГ.)	5
Шаповалова Елена Алексеевна Никуленкова Елена Владимировна	
<b>Рубрика 2. «Медицина и фармацевтика»</b>	<b>12</b>
АНАЛИЗ ХИМИЧЕСКОГО СОСТАВА РЕК ГОРОДА АЛМАТЫ	12
Сидоренко Юлия Андреевна Даулбаева Альмира Нурлановна	
<b>Рубрика 3. «Педагогика»</b>	<b>16</b>
ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ КАЧЕСТВ У БУДУЩИХ ДИЗАЙНЕРОВ	16
Хачатурова Эвелина Артуровна Абрамовский Александр Захарович	
<b>Рубрика 4. «Политология»</b>	<b>22</b>
МОДЕЛЬ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОТЕСТА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	22
Гриднев Артем Борисович	
ТЕХНОЛОГИИ «ЦВЕТНОЙ РЕВОЛЮЦИИ»: ОСОБЕННОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО РЕЖИМА (НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ, 2013 - 2014 ГГ)	27
Ильин-Дьячков Михаил Вячеславович	
<b>Рубрика 5. «Филология»</b>	<b>36</b>
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР АНГЛИЙСКОГО, РУССКОГО И КОРЕЙСКОГО НАРОДОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК)	36
Журбина Анастасия Константиновна Хисматуллина Люция Гумеровна	
ИСТОРИЧЕСКАЯ ПЕРИОДИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ЗАИМСТВОВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ СЛОВ В РУССКИЙ И ЯПОНСКИЙ ЯЗЫКИ	45
Исламова Адэля Валерьевна Хисматуллина Люция Гумеровна	

<b>Рубрика 6. «Философия»</b>	<b>53</b>
ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИРОДЫ СОЗНАНИЯ В КОНЦЕПЦИИ ДЭНИЕЛА ДЕННЕТА Бойко Ирина Сергеевна Чешев Владислав Васильевич	53
<b>Рубрика 7. «Экономика»</b>	<b>59</b>
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ Година Евгения Алексеевна Кусая Ариана Олеговна	59
РЕКЛАМА НА РАДИО: СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ Николаев Руслан Юрьевич	65
СПОСОБЫ И МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМ ИМУЩЕСТВОМ Павлова Наталья Игоревна Кирпичникова Александра Владимировна	69
EVENT-МАРКЕТИНГ КАК МЕТОД УВЕЛИЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БРЕНДА НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ADIDAS» Рыкова Анна Алексеевна Райкова Елена Юрьевна	74
<b>Рубрика 8. «Юриспруденция»</b>	<b>83</b>
ПОЛНОМОЧИЯ ПРОКУРОРА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПРОКУРОРСКОГО НАДЗОРА ЗА ИСПОЛНЕНИЕМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ПРОТИВОДЕЙСТВИИ КОРРУПЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УРГАНАХ Газзалов Владислав Валерьевич	83

## **РУБРИКА 1.**

### **«ИСТОРИЯ И АРХЕОЛОГИЯ»**

#### **КНДР В ОСВЯЩЕНИИ СОВЕТСКОЙ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ (1965 – 1972 ГГ.)**

***Шаповалова Елена Алексеевна***

*студент, Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

***Никуленкова Елена Владимировна***

*научный руководитель, канд. ист. наук, доцент,  
Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

История КНДР как отдельного государства начинается в 1945 г. после освобождения от японской оккупации советскими войсками северной части Корейского полуострова. В 1948 г. была провозглашена независимость Корейской Народно-Демократической Республики. Страна относилась к странам народной демократии. После окончания Корейской войны, которая длилась с 1950 – 1953 гг. КНДР являлись бедной, разрушенной страной, полностью зависимой от СССР и КНР. К началу 60-х гг. Ким Ир Сену удается преодолеть зависимость КНДР от своих союзников. Благодаря экономической помощи СССР Северной Корее удалось поднять разрушенную промышленность с колен. Преодолеть кризисные моменты середины 50-х гг. Но при этом из-за проводимой независимой политики отношения с СССР усугубились. Это можно проследить в советской прессе. Советская периодическая печать крайне мало места уделяет статьям про КНДР в период с 1965 по 1972 гг. Большая часть статей касалась годовщины образования Корейской Народно-Демократической Республики, эти статьи выходили всегда в период с 6 – 14 сентября. Они носили практически одинаковый характер: в самом начале статьи шло поздравление всех граждан КНДР, а потом писалось насколько все плохо в Южной Корее и о необходимости борьбы с

«американскими империалистами». Так, например, описывается ситуация в Южной Корее в одной из статей посвящённой 19-летию освобождения КНДР: «Каким огромным контрастом на фоне достижений КНДР выглядит действительность по ту сторону 38-й параллели. Беспросветная нищета и полное бесправие – вот то такое продажной южнокорейской клики Пак Чжон Хи, отдавшей страну на откуп американскому империализму» [12, с. 4].

К дате освобождения КНДР от Японской оккупации всегда выходили статьи экономического характера, которые восхваляли промышленные и экономические победы Корейского народа. Например, в «Правде» от 1966 г. так описывается решение проблемы с хлопком: ...текстильная промышленность испытывала постоянно нехватку хлопка. Поэтому ТПК (Трудовая Партия Кореи) поставила перед корейскими химиками задачу резко увеличить производство искусственного волокна. Новый центр текстильной промышленности создан ныне на северо-западе Кореи в городе Синьчжу [14, с. 3]. Так же ко дню основания КНДР привязывались статьи посвященные культуре Северной Кореи. Так в 1965 г. на страницах «Советской культуры» появилась статья, рассказывающая о развитии кинематографа КНДР [2, с. 4]. Но и она носила политический характер, в ней ставилась цель развития корейского кинематографа, чтобы победить американский, «который засорял мозги Южнокорейского народа». Еще одним крупным сюжетом в советской прессе в период с 1965 – 1972 г. можно назвать годовщину создания правящей партии в Кореи, ТПК. Каждый октябрь на страницах различных изданий можно было увидеть статьи посвященные КНДР. Они носили различный характер. Часто на первых страницах номеров, которые выпускались в день праздника, можно было увидеть телеграммы от правительства СССР правительству КНДР [17, с. 1]. Можно заметить, что с ухудшением отношений СССР и КНДР вначале 60-х гг. статьи, не приуроченные к какой либо значимой дате в истории Северной Кореи, практически не печатались. Но и таким находилось место на страницах на страницах советских изданий. Одна из таких статей описывает электрификацию деревень КНДР [18, с. 5]. Но подобная статья скорее является

исключением из правил, чем закономерностью. В Советской прессе широко освещался, наверное, самый болезненный вопрос для всех корейцев, объединение страны. Проблема с объединение станы образовалась еще в 1945 г., когда Корейский полуостров был разделен на два лагеря. Эта проблема усугубилась в 1953 г., после окончания Корейской войны [8, с. 394]. Из-за противоречия сторон проблемный вопрос так и не был решен. Корейский вопрос в связи с политикой СССР направленной на помощь социалистическим странам, освящается крайне однобоко. Каждая из статей наполнена осуждением стран капиталистического лагеря в особенности США и ее политики в отношении Южной Кореи. Постоянно звучат призывы о выводе войск США с территории Республики Кореи. В статьях постоянно звучат призывы к объединению Кореи [11, с. 4]. Корейский вопрос часто выносится на рассмотрение заседания ООН и этому событию тоже посвящают статьи. Они носят в себе следующие фразы: «Уже двадцать лет под нажимом и при участии США разыгрывается в ООН злонамеренный спектакль вокруг “корейского вопроса”. И делается это с одной коварной целью – помешать народу страны осуществить его неотъемлемое право, право на воссоединение родины» [3, с. 4]. На Корейской проблеме продолжали играть, даже в условиях ухудшающихся отношений. Проблема воссоединения Кореи наглядно показывала советским людям, конфликт интересов США и СССР. В советской прессе иногда затрагивается вопрос отношения КНДР и Японии. Следует заметить, что с Японией начинают, налаживаются экономические отношения, но в политической сфере все не так гладко. Для примера можно взять статью, посвящённую строительству национального университета Кореи в Японии: «Японского посла вызвали в южнокорейский МИД в Сеуле, где глава местного дипломатического ведомства, преодолев обузившее его благоговение почтение, заставил себя топнуть ножкой. После было указано, что согласие японского правительства на создание в Японии национального университета для проживающих там корейцев будет расценено как враждебные действия. Эти требования не остаются безответными. Свидетельством тому – откровенное намерение

правительство Сато аннулировать соглашение о репатриации корейцев КНДР. Вчерашнее заявление японского министра лишь добавлять к этому новые штрихи» [1, с. 2]. Эта статья одновременно показывает отношение СССР к Японии и Республики Корея, обе страны представлены как неспособные повлиять хоть на что-то, и только КНДР проявляет самостоятельность и заботу о корейском народе. Такое беспокойство еще было вызвано и тем, что Японское правительство уж расторгло договор о репатриации корейцев в КНДР, тогда про это писали так: «Японское правительство решило в одностороннем порядке денонсировать, то есть расторгнуть, после продления на год существующие соглашения о репатриации корейских граждан, проживающих в Японии. В течение семи лет после подписания соглашения более 86 тыс. корейских граждан уже вернулись домой» [21, с. 3]. Этот договор носил большую значимость в пропагандистском плане. КНДР всегда хвалилась тем, что партизаны вели скрытую войну против Японской оккупации, и спасение своего народа с «вражеской» территории носило большую значимость для правительства, ведь именно так они показывали заботу о своих гражданах, даже тех, что находятся за границей. Переговоры которые начались по возобновлению репатриации корейцев в КНДР были сорваны. Японский представитель Сигэо Танабэ заявил, что японская сторона не видит необходимости в продлении договора. На такое заявление ответило Общество Красного Креста Кореи, оно заявило «какое бы одностороннее решение об отмене существующего соглашения о репатриации ни приняла японская сторона, оно не будет признано КНДР» [15, с. 4]. Отдельно стоит выделить, что в «экономической газете», два раза в год выходят статьи посвященные экономическому развитию КНДР. В этих статьях достаточно редко проскальзывает упоминание помощи от СССР КНДР, а если это и появляется, то уделяется достаточно мало слов. Это выглядит так: «Советский Союз, руководствуясь принципом интернационализма, братской солидарности и взаимной выгоды. Поставляет в КНДР такие важные для народного хозяйства этой страны товары, как оборудование комплексных предприятий,

нефтепродукты, хлопко-волокно и пр.» [13, с. 3]. Это выдержка из одной из статей, в которой вскользь упоминается помощь СССР. В большинстве статей экономического характера упоминания Советского Союза вообще нет. Это является показателем того, что в экономических отношениях двух стран практически ничего не происходит, и это следствие проводимой ТПК политики. Критика СССР дает о себе знать. И в годы первой семилетки можно отметить достаточно сложный переход КНДР на политику само обеспечения [4, с. 572]. Ярким показателем ухудшения отношения Северной Кореи с СССР можно назвать тот факт, что про принятие новой Конституции КНДР в 1972 г. [4, с. 375] в газетах не было написано не слова. Скорее всего, это обусловлено тем, что в Конституции КНДР отрицается причастность СССР к освобождению территории Северной Кореи от Японского милитаризма [18, с. 370]. И тот факт, что хоть КНДР и называла себя последователем курса В.И. Ленина, таковыми они не являлись, у них был свой собственный путь развития, чучхейский. Идею о «Чучхэ» Ким Ир Сен выдвинул еще в 1955 г. [5, с. 121] В первую очередь эта идея должна была заменить марксизм-ленинизм, и создать собственное идеологическое течение. Стоит заметить, что каждый год «Экономическая газета» выпускала отчетную статью, касающуюся экономического развития промышленности и экономики КНДР. В статьях большой акцент делается на самостоятельность экономики Северной Кореи [10, с. 44]. Связь с СССР не превозносится и описывается вскользь [20, с. 3]. Культуре КНДР уделяется крайне мало места на страницах Советской периодики. В основном про культуру пишет газета с говорящим названием «Советская культура». На ее страницах в разные годы появлялись статьи про музыку и фильмы Народной Кореи [6, с. 7]. Так же новости про Кореянский кинематограф мелькают на страницах «Советской торговли», в одной из статей описывается показ Кореяских кинофильмов посвящённых 21-й годовщине провозглашения КНДР [16, с. 4]. В «Комсомольской правде» можно встретить статьи, посвященные поддержке молодежи КНДР: «Кореяские юноши и девушки первыми приходят на самые ответственные участки социалистического строительства. Трудно

назвать такой объект, на котором бы не трудились молодежные ударные отряды» [7, с. 4]. Молодежь Кореи представляется крайне положительно, и по большей части их примере должен показать гражданам СССР невероятную работоспособность и преданность корейского народа своему делу. В Советской прессе достаточно часто встречаются нейтральные статьи, они посвящены воспоминаниям или отчетом с поездки в КНДР. Их не обошла Советская пропаганда, но при этом они не затрагивают политику, экономику или культуру. Их выход был приурочен к праздникам в КНДР, но в самих статьях ни слова не говорилось о торжестве. Они носят скорее повествовательный характер, чем пропагандистский [9, с. 2]. Можно сделать вывод, что советская периодическая печать 1965 – 1972 гг. затрагивала разные сферы жизни Корейского народа и политики КНДР. Следует обратить внимание на то, что большая часть статей была приурочена к значимым датам в истории Северной Кореи, это является признаком не самых тесных взаимоотношений КНДР и СССР. Но даже при этих не стабильных отношениях с Северной Кореей можно заметить крайне высокую степень лояльности Советской власти к правительству Ким Ир Сена. В основном все статьи носили пропагандистский характер, на их примере показывалась либо невероятная трудоспособность корейцев, к которой нужно стремиться советским гражданам, либо в отрицательном свете выставлялись США, Южная Корея и Япония. Все эти явления обусловлены курсом Советского Союза на помощь странам социалистического лагеря. Происходящее в КНДР в советской периодической печати освящались крайне скудно. Свидетельством этого является тот факт, что не в одном советском издании не было упоминаний о таком важном событии Корейской истории, как принятие новой Конституции КНДР. В большинстве своем все статьи носят отстранённый характер от исторических событий, происходящих на территории КНДР.

## Список литературы:

1. Бандура Ю. Токио. Марионетка гневается // Известия. – 1967. – 7 сентября. – С. 2.
2. Дэ Чун Ак. Снимает свободная Корея // Советская культура. – 1965. – 9 сентября. – С. 4.
3. Корея должна быть свободной // Советская Россия. – 1967. – 8 сентября. – С. 4.
4. Курбанов, С.О. Курс лекций по истории Кореи. СПб., С.-Петербург ун-та, 2002. – 626 с.
5. Ланьков А.Н. КНДР вчера и сегодня: Неформальная история Северной Кореи. М. 2005. – С. 448.
6. Латов В. Ли Мен Сан и его музыка // Советская культура. – 1970. – 8 сентября. – С. 7.
7. Лесков Ф. Главный девиз юных // Комсомольская правда. – 1971. – 8 сентября. – С. 4.
8. Ли Ги Бэк. История Кореи: новая трактовка/пер. с корейского Курбанов С.О. М., ООО «ТИД «Русское слово – РС», 2000. – 464 с.
9. Лобода И. Пульс Пхеньяна // Известия. – 1967. – 8 сентября. – С. 2.
10. Михдеева А. Плоды индустриализации // Экономическая газета. – 1968. – 7 сентября. – С. 44.
11. Новая проверка // Правда. – 1967. – 13 ноября. – С. 4.
12. Праздник братского народа // Советская Россия. – 1967. – 8 сентября. – С. 4.
13. Разуваев В. Могучие крылья Чхонлима // Экономическая газета. – 1967. – 9 сентября. – С. 3.
14. Разуваев В. На берегу Амноккана // Правда. – 1966. – 24 сентября. – С. 3.
15. ТАСС. Переговоры сорваны // Известия. – 1967. – 26 сентября. – С. 4.
16. ТАСС. Фильмы народной Кореи // Советская торговля. – 1969. – 9 сентября. – С. 4.
17. Телеграмма Л. Брежнева, Н. Подгородный, А. Косыгин к Ким Ир Сену, Цой Ен Гену, // Правда. – 1970. – 10 октября. – С. 1.
18. Тэ Чун Ак. Мечты становятся явью // Красная звезда. – 1965. – 20 ноября. – С. 5.
19. Торкунов, А.В., Деенисов, В.И., Ли Вт. Ф. Корейский полуостров: метаморфозы послевоенной истории. М., Олма медиа групп, 2008. – 541 с.
20. Хан Ю Рон. Успехи народной Кореи // Советская торговля. – 1971. – 25 сентября. – С. 3.
21. Ширямова М. Нельзя отнимать родину // Советская Россия. – 1966. – 13 сентября. – С. 3.

## **РУБРИКА 2.**

### **«МЕДИЦИНА И ФАРМАЦЕВТИКА»**

#### **АНАЛИЗ ХИМИЧЕСКОГО СОСТАВА РЕК ГОРОДА АЛМАТЫ**

*Сидоренко Юлия Андреевна*

*Студент, Университет Нархоз,  
Казахстан, г. Алматы*

*Даулбаева Альмира Нурлановна*

*Научный руководитель, PhD, доцент, Университет Нархоз,  
Казахстан, г. Алматы*

Наши исследования основывались на спектрофотометрическом методе химического анализа.

Испытания проводились на базе исследовательской лаборатории ТОО «Экосервис-С», результаты которых с позволения компании были использованы при написании статьи и дипломного проекта.

Анализ был выполнен с помощью спектрофотометра Nash. Принцип работы прибора основан на определении степени поглощения или отражения образцом светового луча с определенной длиной волны.

Прибор пропускает световой пучок через эталон и через исследуемый образец, сравнивает разницу показаний и с помощью коэффициента выводит значение концентрации того или иного вещества. [1]

Нами были отобраны пробы поверхностных вод в трех точках рек Есентаи и Улькен Алматы – в верхней, центральной и нижней части города.

В реке Киши Алматы нам удалось взять пробы только в средней и нижней точках из-за угрозы схода лавин.

В таблице №1 представлены результаты анализа вод по 8 показателям.

Таблица 1.

Распределение основных загрязнителей в реках г. Алматы

Наименование показателей	Результаты измерений, мг\дм <sup>3</sup>							
	Киши Алматинка		Есентай			Улькен Алматинка		
	МА-2	МА-3	Е-1	Е-2	Е-3	БА-1	БА-2	БА-3
Нитриты	0,088	0,320	0,013	0,075	0,031	0,011	0,007	0,016
Железо общий	0,27	4,80	0,37	2,15	1,17	0,19	0,68	2,65
Медь	0,01	0,02	0,01	0,01	0,02	0,01	0,01	0,01
Цинк	0,02	0,07	0,02	0,07	0,04	0,01	0,02	0,03
Марганец	0,02	0,48	0,01	0,20	0,18	0,01	0,03	0,09
Фториды	1,03	1,12	0,14	0,55	1,05	1,21	1,22	1,38
рН	8,0	8,12	8,19	8,41	8,31	8,22	8,20	8,25
Растворенный кислород	9,8	9,0	12,0	11,5	11,2	13,1	10,9	11,3

Источник: ИЛ «Экосервис-С»

Содержание элементов в разных частях рек зависит от природно-климатических и антропогенных факторов. К последним относятся: деятельность различных промышленных предприятий, загрязнение воздуха посредством автотранспорта, небрежное отношение людей, слив в реки коммунальных отходов, отходов потребления и производства.

На основании проведенного анализа нами были составлены следующие графики (рис 1-3)

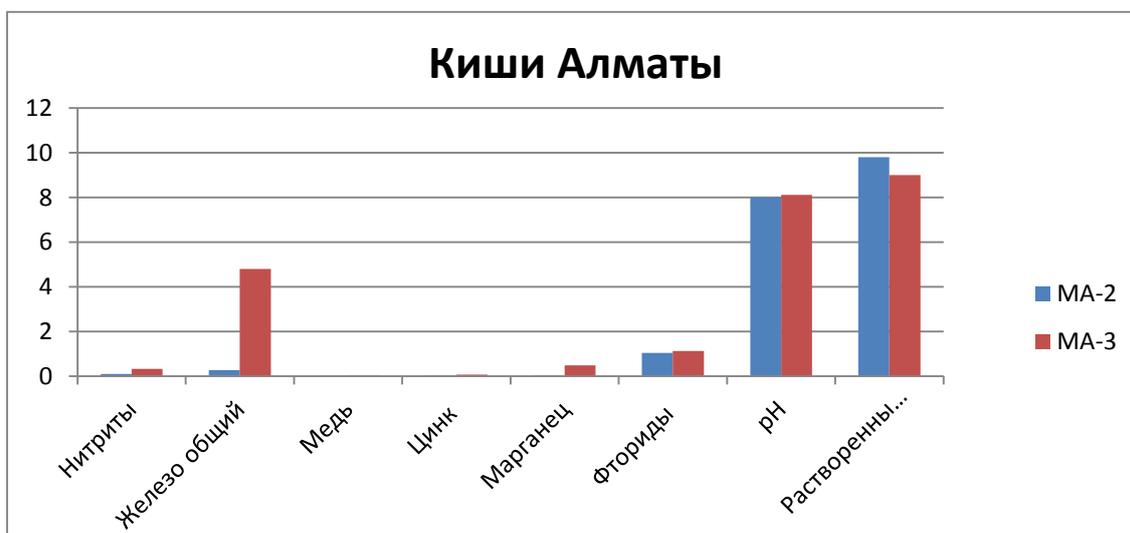
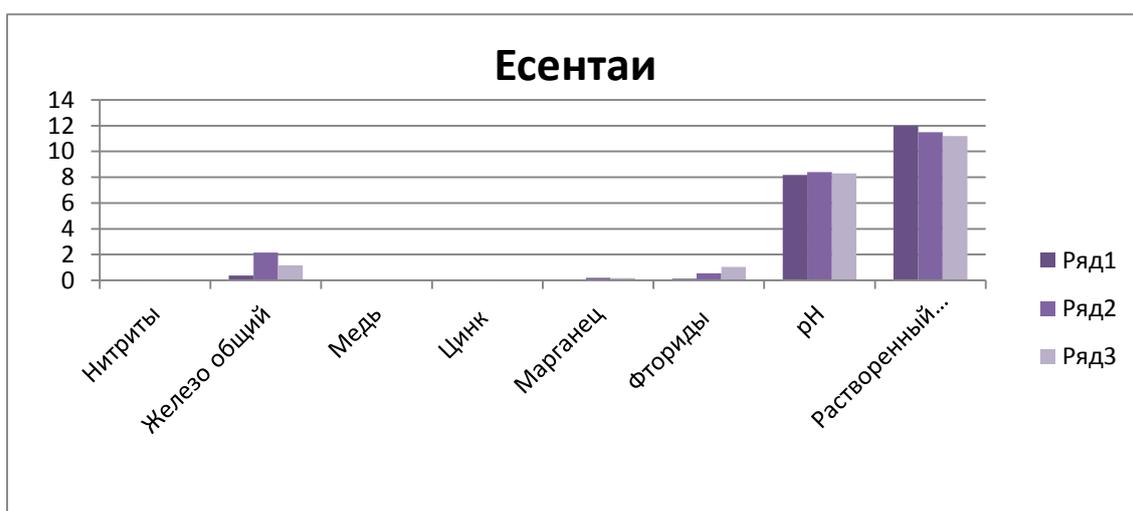


Рисунок 1. Значения средних концентраций химических веществ в р. Киши Алматы



**Рисунок 2. Значения средних концентраций химических веществ в р. Улькен Алматы**



**Рисунок 3. Значения средних концентраций химических веществ в р. Есентай**

Проанализировав полученные результаты, мы сделали вывод, что в большинстве случаев наличие химических и биогенных элементов увеличивается в зависимости от местоположения точки отбора проб. В нижней части города содержание данных элементов, как правило, выше, чем в верхней части (в горной местности).

Итак, разберем на примере несколько элементов и сравним их содержание в разных точках сбора.

1. Содержание меди, цинка и нитритов во всех трех точках практически одинаковое и соответствует нормам ПДК. Это говорит о том, что состояние рек в пределах нормы по данным показателям.

2. Содержание растворенного кислорода в верхних точках незначительно больше, чем в нижней и средней частях. Это связано с тем, что ближе к истоку эти реки берут начало с горных ущелий, где температура гораздо ниже. В нижних точках, соответственно, температура выше и содержание растворенного кислорода уменьшается. Данные показатели никаким образом не влияют на экологическое состояние выбранных рек.

3. Содержание марганца не превышает ПДК, показатели которого в норме составляет 0,1 мг\л.[2]

4. Содержание железа очень сильно превышает ПДК. Опираясь на наши исследования, можно сделать вывод, что содержание данного элемента превышает из-за строительства зданий и сооружений близ русел рек.

### **Вывод:**

Проведя данный анализ, мы выяснили, что экологическая ситуация данных рек практически в норме, исключая некоторые показатели. [3] В их число входят тяжелые металлы, что отрицательно сказывается на здоровье жителей г. Алматы. Чтобы достичь положительного результата и улучшить качество воды, нужно снизить загрязнение почвы, воздуха, уменьшить сброс отходов в реки и увеличить количество насаждений вдоль рек.

### **Список литературы:**

1. <https://pcgroup.ru/blog/spektrofotometry-printsip-raboty-primenenie-osobennosti-vybora/>
2. <https://www.net-bolezni.ru/publ/1-1-0-12>
3. ежемесячные информационные бюллетени РГП «Казгидромет», URL: <https://kazhydromet.kz/ru>

## **РУБРИКА 3.**

### **«ПЕДАГОГИКА»**

#### **ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ КАЧЕСТВ У БУДУЩИХ ДИЗАЙНЕРОВ**

*Хачатурова Эвелина Артуровна  
студент, ИСТиД (филиал) СКФУ,  
РФ, г. Пятигорск*

*Абрамовский Александр Захарович  
научный руководитель, канд. техн. наук, доцент кафедры физической  
культуры, ИСТиД (филиал) СКФУ,  
РФ, г. Пятигорск*

Научно-технический прогресс и широкое внедрение компьютерных информационных технологий приводит к дальнейшей интенсификации и осложнению процесса учёбы в ВУЗе. Все более увеличивающийся объём усвоения информации требует от студентов большого психического напряжения и физических усилий. Такая трансформация характера деятельности не может не отобразиться на особенностях адаптационных процессов и состоянии здоровья людей, которые занимаются преимущественно умственным трудом и проводят много времени за компьютером.

Формирование профессиональных качеств будущих дизайнеров в процессе обучения в техническом ВУЗе является одной из важнейших задач. Процесс подготовки специалиста в ВУЗе включает в себя целый ряд педагогических аспектов. К таким важным аспектам относится профессионально-прикладная физическая подготовка. Дисциплина «Физическое воспитание» в ВУЗе содержит такой раздел, как профессионально-прикладная физическая подготовка. Этот раздел не наполнен содержанием. Он не содержит четких научно обоснованных методических указаний по организации занятий со студентами различных специализаций. Также в дисциплине отсутствует программное обеспечение данного раздела.

Проблема формирования двигательных навыков и умений в процессе профессионального обучения связана с развитием тех или иных координационных механизмов. Его основу составляет контроль и оценка состояния моторной системы, отдельных её систем. Такая проблема реально существует и связана она с разработкой эффективных методик преподавания физического воспитания с учётом будущей профессиональной деятельности. Её решение в рамках учебного процесса неразрывно связано с занятиями по физической подготовке студентов-дизайнеров. В процессе таких занятий происходит развитие базовых координационных качеств, являющихся основой для последующего формирования профессионально значимых координационных качеств студентов-дизайнеров.

Проблемам развития координационных качеств, всегда уделялось надлежащее внимание. Исследования ряда авторов посвящены проблеме совершенствования координационных качеств у молодежи. Ряд исследований посвящен профессионально-прикладной физической подготовке студентов технических ВУЗов. Однако исследований специализированной физической подготовке дизайнеров крайне мало. Это свидетельствует об актуальности данной проблемы.

Для оценивания профессионально значимых способностей студентов-дизайнеров были использованы следующие тесты: 1) определение распределения внимания (тест "Отыскивание чисел"); 2) объём механического запоминания (тест "Количество человечков"); 3) определение распределения внимания и быстроты оперативного мышления (тест "Сборка пазлов за определенное время"); 4) тест на быстроту оперативного мышления ("кубики Коса"); 5) быстрота, переключение, сосредоточенность внимания и точность выполнения задания определялись на специальном устройстве.

Статическое равновесие исследовалось с помощью пробы Ромберга (поза "Аиста"); 2) оценивание динамического равновесия проверялась тестом "Повороты на гимнастической скамейке".

После проведения множественного корреляционного анализа была построена корреляционная матрица. В этой матрице информация анализировалась с учетом характера, количества и степени тесноты полученных взаимосвязей. Во внимание принимались только статистически значимые показатели. Выявлено, что все показатели профессиональных качеств будущих дизайнеров взаимосвязаны с показателями определенных видов координационных проявлений. Вместе с тем, проведенный анализ выявил неоднозначный характер взаимозависимостей по разным видам профессиональных качеств будущих дизайнеров.

Одним из важнейших предметов при обучении на факультете дизайна является предмет "Живопись". При выставлении оценок по данному предмету учитываются следующие моменты: выполнен ли рисунок натуралистично (соблюден ли объём, плановость и прорисованы ли тонкой кистью детали); пропорциональна ли фигура на рисунке; правильность построения композиции; выполнение наброска линиями или пятном с использованием тонких и толстых кистей.

На предмете "Рисунок" оценивается умение строить предметы, умение моделировать объём, качество штриховки, умение правильно поместить рисунок на бумаге. Работы выполняются карандашом и другими мягкими материалами (например, углем). Эти материалы очень хрупкие. Поэтому необходимо чувствовать давление на них со стороны кисти руки. Был проведен анализ взаимосвязи показателя успеваемости студенток по предмету "Рисунок". Анализ выявил зависимость с показателями уровня развития кинестетических качеств и способностью к оценке ориентации в пространстве. Это свидетельствует о важности совершенствования базовых кинестетических и ориентационных координационных качеств студентов для их будущей профессиональной деятельности.

Выявлена взаимосвязь показателя теста "Сборка пазлов" (отражает уровень развития тонкой моторики рабочей руки) с показателем теста "Кубики Коса" (отражающим уровень развития быстроты оперативного мышления,

способности к конструктивному праксису). Он отражает уровень развития у студентов двигательных навыков и показывает компонент мыслительных процессов (умение выдержать композицию: наличие композиционного центра, умение различать оттенки, умение передать форму изображаемого предмета) весьма значимый для будущих дизайнеров. Это свидетельствует о необходимости совершенствовать у студентов координационных проявлений: способность к конструктивному праксису, быстрота оперативного мышления, умение быстро и точно реагировать на полученное задание и выполнять его точно в соответствии с поставленной целью.

Общий уровень профессионализма студентов-дизайнеров определялся с помощью оценочного балла. Этот балл отражал отношение точности воспроизведения стандартного рисунка ко времени его выполнения. В процессе корреляционного анализа была выявлена взаимосвязь данного показателя с показателями уровня развития кинестетических и реагирующих качеств (тест "Реакция на движущийся объект", тест "Воспроизведение заданной амплитуды движения руки").

Анализ раскрывает зависимость показателя уровня развития быстроты переключения, сосредоточенности внимания и точности выполнения задания (тест "Мячики") с показателями других тестов.

Таким образом, корреляционный анализ взаимосвязей показателей развития профессионально значимых качеств будущих дизайнеров и показателей уровня развития координационных качеств указывает на их тесное взаимодействие.

Данные, полученные в результате корреляционного анализа, позволяют сделать следующие выводы:

- 1) для успешного профессионального роста студенток-дизайнеров необходимо развивать в большей степени кинестетические, реагирующие и ориентационные координационные качества. Однако не со всеми видами координационных качеств выявлены взаимосвязи. Не прослеживается взаимосвязь профессиональных умений со способностью сохранять статическое равновесие.

Это можно объяснить тем, что она хорошо развита и является привычной позой для них. Однако находиться во время работы в одной и той же позе (стоя у мольберта, сидя за компьютером) очень трудно.

2) при разработке программного содержания раздела по профессионально-прикладной физической подготовке необходимо акцентировать внимание именно на совершенствовании вышеперечисленных координационных качеств. Это тем более актуально, что осуществленный анализ показателей кинестетических, реагирующих и ориентационных качеств от I к IV курсу показал в своем развитии отрицательную динамику. Уже на I курсе у студенток-дизайнеров показатели в тестах ниже средневозрастных норм ("Ловля вертикально падающего предмета", "Реакция на движущийся объект", комплексного координационного теста).

3) начинать педагогические воздействия необходимо с первого курса. Тогда к концу обучения в ВУЗе студенты-дизайнеры смогут приобрести необходимые профессионально значимые умения и навыки в наивысшей фазе их развития.

### **Список литературы:**

1. Афанасьева И. В. Методика совершенствования профессионально значимых координационных способностей у будущих специалистов дизайнеров : дис. ... кандидата пед. наук : спец. 13.00.04 / И. В. Афанасьева. - Омск: СибГАФК, 2008. - 197 с.
2. Бурлачук Л. Ф. Психодиагностика. - СПб.: Питер, 2006. - 351 с.
3. Душанин С. А. Бальная система комплексного врачебно-педагогического контроля на занятиях массовыми формами физической культуры. / С. А. Душанин // Теория и практика физической культуры. - 1978. - № 4. – С . 49-52.
4. Ильинич В. И. Профессионально-прикладная физическая подготовка. Физическое воспитание // Под ред. В. А. Головина, В. А. Маслякова, А. В. Коробкова. - М.: Высш. шк., 1983. - С. 318-342.
5. Кириченко С. И. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов экономического факультета : дис. ... кандидата пед. наук : спец. 13.00.04. / С. И. Кириченко. - Майкоп: МГТИ, 1998. - 122 с.



## РУБРИКА 4. «ПОЛИТОЛОГИЯ»

### МОДЕЛЬ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОТЕСТА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

*Гриднев Артем Борисович*

*Магистрант, институт истории и политики  
Московский педагогический государственный университет  
РФ, г. Москва*

Сегодня отдельно политологи выделяют «бархатные» и «цветные» революции. Под «бархатными» революциями понимается один из способов свержения коммунистических режимов: от постепенных реформ до насильственного устранения старой власти через народное восстание, которые произошли преимущественно в странах со сравнительно мягкими авторитарными режимами, где произошел распад правящей элиты и накануне революций наблюдался низкий уровень жизни и имела место консолидация оппозиционных сил демократической и патриотической направленности. В отличие от «бархатных», «цветные» революции, исторически возникли позже бархатных и охватили страны бывшего СССР, имели «показательно» ненасильственный характер протекания, когда борьба велась психологическим, социальным, экономическим и политическим оружием с помощью больших масс народа, и часто в качестве детонатора социального взрыва использовали выборы. Главной особенностью современных революций в данном аспекте является ее технологический аспект, следовательно, возможность ее применения в политической практике по субъективной воле определенной группы, что подтверждает значение революции именно как механизма смены политического процесса, а не коренных изменений в сознании и ценностях общества. Такой инструментальный подход определяет революцию как определенный набор действий, процедур и правил их проведения, когда революция формируется как представление, где участвуют большие массы

людей, сформированные с помощью средств воздействия на их сознание через СМИ, а наиболее удачное время для их применения - выборы. Легитимная и демократическая природа применения данного сценария смены власти превращает революцию в действенный механизм изменения вектора политического процесса в рамках современных национальных государств, что особенно актуализируется в период социально-экономических кризисов, когда общество требует от власти коренных, радикальных изменений.

На рубеже XX-XXI вв. «цветные революции» одна за другой начали взрывать постсоветское пространство: революционные события в Сербии, Грузии, Украине, Киргизии, Болгарии, Молдавии, Азербайджане, Армении, Узбекистане с разной степенью интенсивности разыгрывали, по сути, один и тот же сценарий по относительно мирному переделу власти. Не обошли «революционные» настроения и Россию, так и не вылившись, впрочем, в активные массовые выступления. Политический переворот, именуемый революцией, перестал восприниматься в качестве совокупности причин, являющихся базовыми для изменения строя, а стал напоминать некий скоротечный политический спектакль с драматическим сюжетом, в котором, независимо от географического положения государства, особенностей политической системы, экономического и социального развития, стали происходить события, имеющие общие закономерности в возникновении противоречий и конфликтов, их переходе в стадию недовольства в отношении лидеров и существующей политической системы, а затем приводить и к изменению самой системы. «Революция» утратила свои традиционные признаки, став технологией, при реализации которой от нее осталось только лишь название. В мире наступило время манипулятивных «технологических революций», особую роль в которых играют средства массовой информации и IT технологии. События, именуемые «цветными революциями», стали системно возникать в течение короткого времени в разных регионах мира. При этом, не взирая, на региональное удаление, они стали напоминать друг друга по сюжету, этапам развития, технологиям, способам мобилизации населения и т.д. Одной

особенностью этих процессов является то, что их первоосновой является не борьба за новые социальные стандарты и экономические блага, а требования, которые, в первую очередь, имеют отношение к праву и духовной жизни людей. В ходе подготовки этих событий решаются вопросы «цивилизационного выбора», а не существенного улучшения жизни основной массы населения. На линии «цивилизационных разломов» стали происходить процессы, дестабилизирующие политические системы. Основную роль в них стали играть вопросы языка, религии, культуры и традиций.

М. Бейсинджер в статье «Структура и модульный пример политических явлений: взаимовлияние «Бульдозерной, Розовой, Оранжевой и Тюльпановой революций» для анализа «цветных революций» использовал модели возможного поведения политических игроков: an elite defection model и an elite learning model. Первая модель предусматривала так называемое пассивное поведение власти, которая не пользуется опытом предыдущих революций и предпринимает необдуманные действия или, иначе говоря, «не умеет договариваться», вторая модель - описательная, она предполагает изучение ситуации и осуществление эффективных способов воздействия, учитывая предыдущий опыт. Кроме этого, М. Бейсинджер определил модульные характеристики для «цветной революции». Власть, которая заинтересована в фальсификации выборов активно создает инструменты для этого, но они нужны не только ей, поскольку ими может воспользоваться оппозиция; эмуляция предыдущего опыта - наличие удачных примеров увеличивает вероятность революции. Особенностью становится то, что:

1) влияние примера является постепенным и успех не является быстрым. Но, если успешных примеров становится больше, то активность групп, участвующих в революции, растет, то есть это не идентифицируется с ускорением формирования движения, а значит, что гораздо выше вероятность революции - чем большее количество успешных примеров, тем больше вероятность революции;

2) наличие успешного опыта стимулирует к действиям, и участники стремятся подражать успех других. (Г. Спрут дал определение «взаимные полномочия» - тенденция искать поддержку среди себе равных. Это становится катализатором к распространению модульного поведения );

3) распространение модульных явлений не является случайным процессом. Оно формируется при заранее установленных условиях.

Таким образом, модульные характеристики помогают не только характеризовать «цветные революции» по определенным критериям, но и объясняют обусловленность процесса распространения революций и позволяют рассматривать «цветные революции» не только как явление, но и как движение. То есть, можно интерпретировать «цветные революции» как динамический процесс.

В российской политологии также сложился весьма массивный пласт исследователей феномена «цветных революций». Так, Г. Почепцов отмечает, что «цветные революции» - это процесс смены правящих режимов, который происходит под давлением массовых уличных акций протеста, при поддержке и финансировании зарубежных негосударственных организаций , с ним, в свою очередь соглашается Василий Павлович Пугачев . По мнению И. Максимова, «цветная революция» - это переворот, совершаемый в стране с демократическим режимом, имеющей определенные внутренние проблемы развития, который направляется и движется интересами третьей геополитической силы , к его точке зрения, в свою очередь, присоединяются Елена Георгиевна Пономарева и Георгий Алексеевич Рудов , при этом, они замечают, что «цветные революции» представляют собой усовершенствованные модернизированные технологии психо-историчной войны Запада за мировое господство.

А. Гилев определяет, что «цветная революция» - обобщенное название процесса смены властной группы при широкой массовой мобилизации, причиной которой стал протест против официальных результатов выборов в органы государственной власти . Д. Дорофеев пишет, что «цветные

революции» - метод свержения правящих элит ненасильственным путем, которые стали основным средством для достижения изменения постсоветских режимов через электоральный механизм . Н. Ореховская подчеркивает, что особенность «цветных революций» обусловлена новой исторической ситуацией - современный мир является глобальным, причем в нем доминируют информационно-коммуникативные сети, существование которых обусловлено цифровым этапом информационной революции .

Д. Юсупова-Фарзалиева утверждает, что исследователи «цветных революций» отмечают, что они представляют собой совокупность политических событий, причины которых кроются как во внутренних, так и во внешних факторах , среди которых существенными являются следующие факторы: потеря контроля действующей администрации над политическими переходными процессами; духовно-идеологические агрессии и гуманитарные интервенции, которые осуществляются с помощью информационно-коммуникативных технологий; вмешательство иностранных участников в конституционные процессы внутри страны.

Таким образом, исследуя приведенные определения «цветной революции», необходимо обратить внимание на два принципиальных момента которые отмечаются в той или иной степени (в зависимости от вектора оценки и идеологической приверженности конкретного автора) все авторы: управляемость извне и применение современных технологий, в частности таких, как Интернет, а также ненасильственный способ совершения.

### **Список литературы:**

1. Beissinger M. Structure and Example in Modular Political Phenomena: The Diffusion of Bulldozer/Rose/Orange/Tulip Revolutions. Perspectives on Politics. – vol. 5. – No. 2. – June 2007. – 259-276 pp.
2. Почепцов Г. Революция. com. Основы протестной инженерии. – М.: Европа, 2005. – 532 с.
3. Пугачев В. П. Управление свободой. – М. : КомКнига, 2005. – 272 с.

**ТЕХНОЛОГИИ «ЦВЕТНОЙ РЕВОЛЮЦИИ»:  
ОСОБЕННОСТИ ИЗМЕНЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО РЕЖИМА  
(НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ, 2013 - 2014 ГГ)**

*Ильин-Дьячков Михаил Вячеславович*

*магистрант, Московского Педагогического Государственного Университета,  
РФ, Москва*

Искусственный характер «цветных революций» проявляется в применении специальных технологий мобилизации общественного протеста, используемого как ударная сила для «сноса» политической элиты. Причем эти технологии имеют во многом универсальный характер и доказали свою эффективность в разных частях земного шара, что позволило говорить о возможности «экспорта» «цветных революций».

Беспрецедентные возможности традиционных и новых Web, медиа ещё больше усилили этот процесс, открыв новые горизонты для проекции «мягкой силы» в любую точку мирового пространства и «высокотехнологичного» смещения неугодных режимов.

Такое явление как «цветная революция» следует отнести к невоенным способам воздействия на политическую и социальную системы противника для достижения нужных в первую очередь США эффектов в глобальном геополитическом процессе перераспределения социальных ролей ключевых мировых держав.

В целом технологии, применяемые для организации и проведения «цветных» переворотов, в комплексе называются методом «ненасильственного давления», который был теоретически сформулирован американскими специалистами и неоднократно с разной долей успеха опробован на практике в различных регионах мира.

Согласно этой теории, для осуществления «ненасильственной» революции все возможные усилия необходимо сосредоточить на нейтрализации (разрушении) источников политической силы существующего руководства государства-мишени. Достижение этой цели становится возможным благодаря

решению ряда чётко определённых задач: разрушения авторитета и легитимности государственной власти, склонения населения к неповиновению, организации региональных и общенациональных забастовок и протестов различных слоёв населения. Как говорил один из создателей технологии ненасильственных действий американец Джин Шарп: «Мирный переворот не терпит импровизаций».

Ключевыми элементами технологии «ненасильственного давления», выполняющими определённую функцию в рамках всей системы, являются следующие:

1. Выбор времени проведения «цветного» переворота.

Обычно это время организации и проведения предвыборной кампании в стране-мишени, когда происходит политическая активация населения, внушаемость масс повышается, а способность к критическому анализу, в свою очередь, снижается.

Точкой начала акций протеста является момент окончания подсчёта голосов избирателей, когда в присутствии представителей «своих» СМИ делается громкое заявление о подтасовке итогов голосования и выдвигается обвинение власти в нарушении избирательного законодательства.

С этого момента начинается внедрение в сознание граждан страны-мишени представления о том, что выборный механизм не прозрачен и не легитимен, за ним необходим контроль третьей стороны. Массово начинают создаваться разного рода комитеты «рассерженных горожан», «обманутых избирателей» и т.д. Зарождается система параллельного контроля состояния за ситуацией в стране: не только со стороны государства, но и со стороны разного рода международных организаций и «независимых» наблюдателей. На этой фазе с помощью ряда социальных технологий, используемых оппозицией, контроль за ситуацией с выборами может полностью перейти в руки третьей стороны. При этом на политическую арену оппозицией выдвигается некий «единый» кандидат, имеющий, согласно подконтрольным оппозиции СМИ, «широкую народную известность и поддержку».

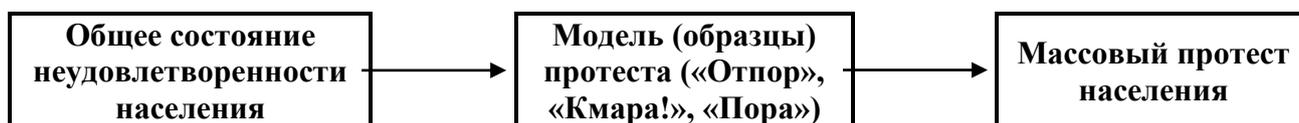
## 2. Широкое привлечение молодёжи для участия в протестных действиях.

Анализ череды «цветных» переворотов позволяет прийти к выводу, что молодёжь, организованная в самые разные движения и течения, является основной опорой подобного рода действий внутри государства-цели. Этому способствуют присущие молодым людям максимализм, обострённое чувство справедливости и желание перемен. При этом молодёжь лучше организована, мобильна и креативна, но не всегда чётко ориентируется как во внутривнутриполитической, так и во внешнеполитической ситуации.

Среди молодёжи бывает модно «не любить» действующую власть, чем с успехом пользуются организаторы разного рода протестов. В то же время, молодёжь легко завлечь на всевозможные курсы, тренинги и семинары, на которых организаторы будущих протестных действий обучают молодых людей методам противодействия власти, уличной тактике и т.д., выдавая это все за методы обучения лидерству и управлению персоналом и т.п.

При этом любые попытки власти урезонить и ввести в существующие правовые рамки действия молодёжи в ходе протестов выдаются как неадекватное применение силы и широко представляются в СМИ как пример «жестокости обращения власти со своим народом».

В ходе организации «цветных переворотов» молодежные движения «Отпор», «Кмара!», «Пора» создавали модели будущего поведения населения. Это можно выразить в виде технологической цепи организации протестного поведения (см. рис. 1).



*Рисунок 1. Технология организации протестного поведения*

Провоцируемая социальная неудовлетворенность коррумпированностью и аморальностью власти, нечестностью выборов, нелегким имущественным положением были поставлены ими во главу угла, позволяя моделировать и

управлять протестом населения. В свою очередь, когда жители, прежде всего, столиц и крупных городов увидело движение в действии, они сами решались на более активные формы протеста. Молодежные движения, организуя массовые акции протеста, запустили механизм широкого общественного действия.

3. Активное задействование электронных средств массовой информации и телекоммуникации, а также подконтрольных оппозиции печатных СМИ.

Благодаря подконтрольным СМИ можно легко создать в глазах населения иллюзию массового протестного движения, показать яркие акции и события, проверить достоверность которых порой бывает очень трудно.

Информационный поток, идущий со стороны организаторов «революции», выполняет следующие функции:

- ведёт непрерывную работу с массовым политическим сознанием;
- легитимизирует в глазах народа руководителей оппозиционной борьбы и их действия.

4. Использование «революционного» маркетинга, когда сама оппозиция подаётся как красивый, модный и стильный продукт. Различного рода атрибутика, элементы одежды, поддерживающие оппозиционеров выступления неформальных музыкальных групп и лидеров молодёжного мнения, - всё это является «фирменным стилем» «цветных» переворотов, привлекающим к движению протеста, в первую очередь, молодёжь.

5. Широкое привлечение для финансирования протестных действий так называемых МНПО (международных неправительственных организаций), по сути представляющих интересы США.

В частности, координацию деятельности оппозиции и её финансирование в странах Восточной Европы и на постсоветском пространстве осуществляет так называемый Восточно-Европейский демократический центр, получающий собственное финансирование от разного рода агентств и фондов США.

При исследовании феномена «цветных» революций следует учитывать, что как и любой государственный переворот, «цветной» переворот имеет скрытую

для большинства подготовительную фазу и фазу открытую, в ходе которой реализуется подготовленный заранее план действий.

Обобщённый алгоритм организации и проведения «цветного» переворота включает следующие звенья:

1. Выявление энергетического потенциала общественных групп, способных участвовать в революции.

2. Определение политических объединений, способных стать двигателем политического протеста.

3. Подготовка в разного рода военизированных лагерях (скаутских, пионерских, туристических и т.п.) с помощью специальных тренингов «ударных сил» для будущей революции.

4. Выстраивание цепочки практических целей, максимально приближенных к реальным потребностям и чаяниям масс страны-мишени.

5. Обеспечение преимуществ оппозиционным силам в СМИ, в первую очередь электронных.

6. Использование зрелищных массовых действий для побуждения к протестной активности всех недовольных.

7. Приведение общества в состояние анархии, начало массовых беспорядков.

8. Управление массовыми беспорядками из тщательно скрывааемых центров специально подготовленными специалистами.

9. Проведение негласной чистки в госаппарате предыдущей администрации после захвата власти, расстановка своих сил в органах власти и управления, в силовых структурах и наделение их «чрезвычайными» полномочиями.

Проводятся «цветные» перевороты практически по одной и той же схеме, но с определённой спецификой, учитывающей местные особенности:

- примерно за полгода до крупных выборов (парламентских или президентских) или референдума по острым для страны вопросам создаётся молодёжная организация с коротким и броским названием («пора!», «кхмара»,

«отпор», «келКел» и т.п.). В этой организации без особой огласки формируется «боевое крыло» из молодых людей спортивного телосложения, активно поддерживающих идеи оппозиции;

- в выборах принимает участие «единый» кандидат от оппозиции, в это же время в социуме активно формируется неблагоприятный образ кандидата от существующей власти (осуществляется «демонизация» власти);

- после одного из туров голосования оппозиционный лидер объявляет выборный механизм непрозрачным, а результаты выборов (или референдума) - сфальсифицированными. Такую же позицию занимают и «независимые» наблюдатели. Сразу после этого при помощи «своих» СМИ, распространяющих только нужную оппозиции информацию, и активистов созданных молодёжных организаций в стране-мишени начинаются акции протеста;

- в ходе протестных акций ненасильственными методами блокируются важные государственные объекты, законное правительство утрачивает контроль над ситуацией в стране, в результате к власти приходит оппозиция.

В случае если ненасильственные акции не увенчались успехом, оппозиция начинает провоцировать власть на применение силы, вводя в акции протеста подготовленных бойцов «боевого крыла», переводя протестные действия из ненасильственной в силовую фазу. Фактически в стране-мишени начинается гражданская война.

В качестве возможных «базовых» сценариев «цветных» революций, а по сути – государственных переворотов можно выделить следующие:

- «оранжевый», «классический», подготовленный элитой неожиданный переворот, чаще всего приуроченный к выборам;

- «элитный» переворот – заговор части правящей элиты в отношении её формального лидера и/или другой части правящей элиты;

- «поход на Рим» - экспорт революции из периферии в столицу, организованный совместными усилиями столичных и региональных элит, направляющих в столицу коалицию региональных революционных сил;

- «осадное сидение» или «бастион революции» - попытка создания параллельного органа власти (штаба сопротивления), к которому должны будут примыкать всё больше и больше оппозиционеров разных мастей;

- «революция вдогонку», когда оппозиция использует беспорядки, прямо или косвенно связанные с деятельностью главы государства или правительства или с какими либо иными факторами;

- «сепаратистский» или «национально-освободительный», когда в государстве есть какая-либо многочисленная отдельная общность, отличающаяся по этническим, религиозным, социокультурным, территориальным или административно-территориальным характеристикам.

В тот или иной момент времени, не выгодный для действующей власти, местные политические или бизнес элиты этой общности ставят вопрос перед центром о собственной независимости, апеллируя к внешним силам, готовым безоговорочно и решительно поддержать их «законные» требования и обеспечить легитимность происходящего в глазах мирового сообщества;

- «силовой захват», когда для достижения своих целей оппозиция использует угрозы применения физической и вооружённой силы и /или её реальное применение, а также захват правительственных зданий.

Таким образом, технологическими особенностями являются:

Первое. Революция происходит, как правило, не в авторитарных странах, а в полудемократических, где оппозиция может пользоваться почти всеми возможностями открытого общества.

Второе. Главная политическая сила - не партии, а широкая коалиция неправительственных организаций, пользующихся зарубежной поддержкой.

Третье. В качестве ключевого момента захвата власти выступают выборы. Оппозиция заранее заявляет о своей победе, а любые другие данные объявляет фальсификацией.

Четвертое. Главный метод воздействия на действующую власть - массовые демонстрации в центре столицы, блокирование и захват ключевых правительственных зданий.

Пятое. При декларировании «исключительно мирного и ненасильственного характера» отстранение от власти правящих элит осуществляется не только мирными, но и насильственными методами.

Соблюдение прав требуется не в процессе событий, а после них - когда всё произошедшее квалифицируется как правовые действия. Во время самих «революционных» действий оппозиция смело идёт на нарушение закона. Но при этом на начальном этапе практически не применяется физическое насилие и не используется оружие.

Шестое. Ключевая роль внешних сил, которые: обеспечивают финансирование, обучение и мотивирование организаторов революции в течение нескольких лет до её осуществления; присваивают и активно используют статус верховного арбитра, определяющего легитимность, - объявляют легитимными действия оппозиции, даже если они нарушают закон, и объявляют нелегитимными действия защищающейся власти; в ключевой момент они предъявляют ультиматум действующей власти, используя зависимость правящей элиты от этих внешних сил (чаще всего правящая элита держит свою собственность в банках и недвижимости внешних стран); участвуют в качестве посредников в переговорах в критический момент, при этом занимают не нейтральную позицию, а играют в союзе с оппозицией.

Седьмое. «Цветные революции» организуются, как правило, не контрэлитой, а частью старой элиты, которая в предыдущие периоды была у власти, потом была отправлена в отставку, затем перешла в оппозицию и подняла идеологические лозунги. У этой оппозиции в лице бывших министров всегда есть союзники в числе министров нынешних, которые в решающий момент переходят на сторону оппозиции.

Восьмое. Политические последствия сводятся, прежде всего, к смене геополитической ориентации в пользу той внешней силы, которая финансировала и легитимировала «цветную революцию».

Девятое. В отношении демократических институтов такие революции нейтральны. Демократии может стать больше, как в Сербии, остаться столько же, как было в Украине, или стать меньше, как в Грузии.

Десятое. «Цветная революция» готовится и реализуется практически открыто, публично, с использованием всех современных средств массовой коммуникации: сетевого маркетинга, организации «безлидерных» движений и рекламного менеджмента гигантских партий-големов, охватывающих значительное число протестного электората всех спектров, привлечённых различными, зачастую полностью противоречащими друг другу обещаниями, а также простым любопытством либо желанием «вырваться» из размеренной повседневности, следуя принципу «чтобы было, что вспомнить».

## РУБРИКА 5. «ФИЛОЛОГИЯ»

### НАЦИОНАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР АНГЛИЙСКОГО, РУССКОГО И КОРЕЙСКОГО НАРОДОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК)

*Журбина Анастасия Константиновна*  
*студент, Казанский федеральный университет,*  
*РФ, г. Казань*

*Хисматуллина Люция Гумеровна*  
*научный руководитель,*  
*канд. филол. наук, доцент, Казанский федеральный университет,*  
*РФ, г. Казань*

Пословицы и поговорки являются продуктами языкового народного сознания, репрезентирующие богатый ум народа, опыт поколений и отдельных его представителей, национальную историю и быт. Они в большинстве своем известны и гармонично входят в мировосприятие носителей языка как неотъемлемая часть общей картины реальности.

Национальный характер — это своеобразный национальный колорит чувств и эмоций, образа мыслей и действий, устойчивые и национальные черты привычек и традиций, формирующихся под влиянием условий материальной жизни, особенностей исторического развития данной нации и проявляющихся в специфике национальной культуры. Ментальной сферой (областью концептуализации) является актуализируемое различными типами текстов когнитивное пространство человека, включающее весь массив знаний об окружающем мире. При этом языковые значения слов, высказываний «соотносимы с определенными контекстами — когнитивными структурами или блоками знания, которые стоят за этими значениями и обеспечивают их понимание» [2, с. 271].

Пословицы и поговорки занимают особое положение в языке, а их изучение как объекта лингвистического исследования является актуальным.

Изучению пословиц и поговорок посвящено большое количество исследований таких ученых как А.Н. Афанасьев, А.А. Потебня, Ф.И. Буслаев, К.И. Григас, Г.Л. Пермяков, Х. Касарес, В.В. Гвоздев, Ю.И. Левин, В.П. Жуков и др.

В данной статье будут рассматриваться и сравниваться между собой три национальных характера, которые этнически принадлежат к английскому, русскому и корейскому языкам.

#### *Национальный характер англичан.*

Национальный характер англичан описывают следующими чертами: консерватизм, гордость, трепетное отношение к своему дому и домашним животным.

Англичане представляют собой смешение многих этнических групп – народов индоевропейского происхождения с древнейшим иберийским населением: племён кельтов, германских племён англо-саксов, фризов, ютов, в некоторой степени скандинавов и франко-норманнов. От крестьянской природы саксов английский характер перенял склонность ко всему естественному и простому в противовес всему искусственному, показному: ставить материальную сторону жизни выше духовных ценностей; соблюдать традиции и не доверять всему иному.

Рассмотрим некоторые типичные для англичан черты характера, которые нашли наиболее яркое отражение в пословицах и поговорках. В первую очередь, англичанам присуще любовь к домашнему очагу, что расценивается как символ личной независимости. Скандинавские мореходы внесли в английский характер еще один существенный аспект — страсть к приключениям. В душе англичанина, любящего свой дом всегда чувствуется зов моря.

*East or West – home is best. – В гостях хорошо, а дома лучше.*

*There is no place like home. – Хоть по уши плыть, а дома быть.*

*A traveler without observation is a bird without wings. – досл. Ненаблюдательный путешественник – словно птица без крыльев.*

Итак, в английском характере представляет собой практичность англосаксонии, кельтскую мечтательность, пиратскую храбрость мореходов и дисциплину норманнов.

Наиболее яркая черта этой нации — стабильность и постоянство характера. Англичане меньше других подвержены влиянию изменениям и тенденциям. Тем не менее, любознательность позволила им познакомиться с лучшими традициями других народов, при этом оставаясь верными своим.

*Custom is a second nature. – Привычка – вторая натура.*

*When at Rome do as Romans do. – В каком народе живешь, того обычая и держись, тем богам и молись./ С воронами по-вороньи и каркать.*

Современные англичане считают, что самообладание является главным достоинством человеческого характера. При любых ситуациях человек должен оставаться невозмутимым. Считают, что открытое, раскованное проявление чувств является признаком невоспитанности, поэтому превратно судят о поведении иностранцев. Последние, в свою очередь, точно так же нередко неверно судят об англичанах, принимая их невозмутимость за настоящее лицо.

*Master your temper lest it masters you. - Обуздай свой норов, иначе он тебя обуздает .*

Англичанина с детства приучают спокойно переносить холод и голод, преодолевать боль и страх. Имеют чувство умеренности, о которой они не забывают как во время труда, так и во время досуга. Сам народ не считается показным. Их свойственна любовь к порядку, комфорту и стремление к умственной деятельности.

*Cleanliness is next to godliness. – Чистота – лучшая красота.*

Англичане простого сословия чрезвычайно дружелюбны и приветливы. Англичанин всегда поможет иностранцу, обратившегося к нему за помощью.

*All doors open to courtesy. – Перед вежливостью все двери открываются.*

Все эти качества определяют самобытный, отличный от других и в некоторой степени парадоксальный мир – типичный английский характер.

Спутать представителя этой страны с кем-то другим просто напросто невозможно.

*Национальный характер русских.*

Рассматривая национальный характер русских, также на примере пословиц и поговорок, следует прибегнуть к мнению иностранных людей в первую очередь.

О русском национальном характере много говорили иностранные путешественники. Некоторые из них дышат любовью к этой стране как, например, повествования англичанина С. Грэхема, писавшего «Я люблю Россию. Она для меня в некотором смысле есть нечто большее, чем моя родная страна. Иногда мне кажется, что я счастливый принц, нашедший Спящую Красавицу» [5, с. 94]. Следует остановиться и рассмотреть некоторые заметки различных иностранцев.

Русский национальный характер стоит на следующем месте в исследованиях зарубежных антропологов сразу после Второй мировой войны. Британский антрополог Дж. Горер [4, с. 22] показал миру свою "пеленочную" гипотезу. Он полагал, что русским свойственно туго пеленать младенцев. По его мнению, это приводило к тому, что в будущем они станут сдержанными и сильными. На короткое время с них снимали пеленки, мыли и активно играли. Горер образно сопоставил эту альтернативу между длительным периодом неподвижности и коротким периодом физической активности и с определенными аспектами русского национального характера, включая внешнюю политику России. Он считает, что многие русские, испытывают сильные стремления и короткие всплески социальной активности в промежутках долгих периодов апатии. Эта же тенденция, по его мнению, характеризует и политическую жизнь общества: долгие периоды подчинённости сильным внешним авторитетам меняются яркими периодами интенсивной революционностью.

*Нападение – лучшая защита.*

*Когда пушки говорят, спорить уже поздно.*

К числу национальных черт можно отнести всем известную широту русской души. Поэтому, невзирая на всевозможные правила и предписания, которые диктуют умеренность в дарении партнерам, коллегам противоположного пола, сотрудникам, в связи с их статусом и положением в рабочей иерархии, дарят несоразмерные по стоимости подарки, поистине с русским размахом. Недаром подарочная индустрия в России изобилует дорогостоящими и пафосными подарками и упаковками, которые к каждому празднику раскупаются.

*Сам мал, но душа нараспашку.*

*Что есть в печи, все на стол мечи.*

Главными отличительными чертами русского народа также являются такие черты, как сострадательность и милосердие. Многие меценаты активно помогают тем, кому трудно, перечисляя средства для их нужд.

*Доброму человеку и чужая болезнь к сердцу.*

К числу лучших качеств русского народа можно отнести интересы своей семьи, уважение к старшим, счастье и благополучие младших. Но с этим связано и так называемые «связи», когда руководитель берёт на работу своего родственника, что может не очень хорошо сказаться на выполнении профессиональных обязанностей.

*Рука руку моет.*

*Своя рубашка ближе к телу.*

Русским свойственно удивительное качество - принижение себя и своих заслуг. Иностранцы не понимают, как народ с такой богатейшей культурой и литературой, огромной территорией полной различных богатств, имеет свойство так отвергать себя. Возможно, это связано с религией, христианскими правилами: унижение паче гордости. Гордыня считается основным из смертных грехов, убивающих бессмертную душу, по верованиям христиан.

*Не чванься, квас, не лучше нас.*

*Будь красив, да не будь спесив.*

К национальным чертам относится также тяга к справедливости, умение жить в меру. Доброта и гостеприимство, отзывчивость, чуткость, сострадание, незлопамятность, жалостливость, готовность прийти на помощь, открытость, прямодушие. Русские невероятно терпеливый народ.

*Терпение – лучшее спасение.*

*В тесноте, да не в обиде.*

*Злом зла не поправишь.*

Отрицательные качества, конечно, также следует упомянуть. Это беспечность, лень, и, увы, пьянство. В определенной мере это связано с климатом. Когда долгое время не бывает солнца, то хочется согреться и не хочется ничего делать. При определенных условиях русские умеют собраться, сконцентрироваться и игнорировать климат во имя идеи.

*Праздность – мать всех пороков.*

*Кто вино любит, тот сам себя погубит.*

*Кто собой не управит, тот и другого на разум не направит.*

*Национальный характер корейцев.*

Говоря о национальном характере корейского народа, следует упомянуть, что азиатская культура в корне отличается от европейской. Вот некоторые особенности характера и этикета корейцев, которые можно проследить посредством пословиц и поговорок.

Одна из их ярких черт — отсутствие агрессии в отношениях с окружающими, стараясь прийти к консенсусу. Обращаясь к истории, можно увидеть, что ближайшие 20 веков они не совершали никаких набегов на чужие территории, тем самым не расширяя свой ареал. Тем не менее, сами подвергались нападениям, но все-таки не частым.

Миролюбие корейцев проявляется в том, что в повседневности они стараются избегать любых конфликтов и споров, да и вообще резких выражений. Корейцы с малых лет приучены к тому, что нельзя оскорблять и унижать человека. Для такого поведения в Корее есть термин «сохранять лицо» (то есть достоинство), чужое и свое.

*가는 말이 고와야 오는 말이 곱다. – Что посеешь- то и пожнёшь.*

*거짓말도 방편. – Цель оправдывает средства.*

Следуя из этого, провинившемуся человеку укажут на его ошибку или недочет, но исключительно в вежливой форме. Сотруднику, допускающему много ошибок, обязательно предоставят возможность исправиться, «сохранить лицо». Ошибки нерадивого работника прощаются еще и потому, что корейская сфера в области профессий работает по схеме традиционной семьи и работники считаются «сыновьями» старших по званию.

*길고 짧은 것은 대어 보아야 안다.- Семь раз отмерь, один раз отрежь.*

Если человеку приходится сообщить какую-то неприятную весть (например, об увольнении с работы), то это будет сделано в максимально мягкой форме. Более того, об увольнении человек может узнать не от своего непосредственного начальника, а от незаинтересованного сотрудника из другого отдела. Поэтому в Корее почти не случаются громкие ссоры в семье и на рабочем месте. Европейцы или американцы видят в этом «восточную хитрость» или лицемерие, но корейцам не по нутру откровенные разбирательства, и они ожидают, что умный человек и так поймет, а глупому и объяснять нечего.

*하늘이 무너져도 솟아날 구멍이 있다. - Надежда умирает последней.*

Тем не менее, из сказанного не следует делать вывод, что корейцы люди не прямолинейные. Если сравнивать менталитеты европейцев и азиатов, то здесь всё работает наоборот.

Иностранцы неизменно подмечают у корейцев такие качества, как вежливость, доброжелательность, почтительность [3, с. 215]. Особенно почтительны корейцы к пожилым и старым людям.

*찬물을 마실 때도 순서가 있다. – Даже холодную воду пьют по старшинству.*

Поражает и в высшей степени уважительное отношение к «людям знания». Поэтому, можно сказать, что школьный учитель в глазах общественности стоит

выше, чем бизнесмен. Профессия педагога была и остается в Корее одной из самых почитаемых [1, с. 8-96].

*공자 앞에서 문자 쓴다.- Хвост голове не указ.*

Долгие века конфуцианского уважения к Учителю поставили учтивость к людям знания. Простые люди всегда понимали, что только грамотность (в том числе знание китайского языка) открывает человеку путь к высшим рангам. В конце XIX в. Корея была нищей и сплошь крестьянской, тем не менее большинство жителей были грамотны [1, с. 8-96]. Это обстоятельство изрядно удивляло редких тогда приезжих из заграницы людей [1, с. 8-96].

Тяга к образованию — еще одна устойчивая черта корейцев. Школьники с ранних лет мечтают поступить в престижный университет. Однако, чтобы поступить туда, нужно хорошо учиться в школе и сдать вступительные экзамены. Школьники сидят за учебниками с утра до глубокой ночи, все воскресенья и даже в каникулы. Тем самым, показана еще одна характерная черта корейцев — трудолюбие.

*거지도 부지런하면 더운 밥 얻어 먹는다. – Кто рано встаёт, тому Бог подаёт.*

*인내는 쓰고 열매는 달다. - Тяжело в учении - легко в бою.*

Подводя итог, можно сказать, что для всех трех народов характерны такие черты как вежливость и доброжелательность, доброта и гостеприимство, любовь к труду и уважение к семье, своему дому. Англичан, в свою очередь, отличают верность к своим традициям, стремление к порядку и стабильности; русских – широта души, сострадательность и милосердие, самоуничижение и самоотречение; а корейцев – стремление к образованию и уважение к образованным людям, желание уйти от конфликтных ситуаций и проблем.

### **Список литературы:**

1. Альфтан В. А. Поездка в Корею Подполковника Российского Генштаба Альфтана в декабре 1895 г. и январе 1896 г. // Сборник материалов по Азии. - 1896. - №. 69. - С. 8 - 96.

2. Арутюнян С. М. Нация и ее психический склад // Кр.: Изд-во КГПУ. – 1966. - С. 271.
3. Гарин-Михайловский Н.Г. Записи из дневников кругосветного путешествия (по Корее, Маньчжурии и Ляодунскому полуострову). // М.. - 1949. - С. 215.
4. Горер Дж., Рикман Дж. Народ Великой России. // Нью-Йорк: Изд-во Нортон. - 1962. – С. 22
5. Грэхем С. Непознанная Россия. Пер. на рус.: М. Ильюшина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.booksite.ru/fulltext/gre/hem/index.htm> (дата обращения: 11.02.2018)

## ИСТОРИЧЕСКАЯ ПЕРИОДИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ЗАИМСТВОВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ СЛОВ В РУССКИЙ И ЯПОНСКИЙ ЯЗЫКИ

*Исламова Адэля Валерьевна*  
*студент, Казанский федеральный университет,*  
*РФ, г. Казань*

*Хисматуллина Люция Гумеровна*  
*научный руководитель, канд. филол. наук, доцент,*  
*Казанский федеральный университет,*  
*РФ, г. Казань*

Любой стране издавна приходится сталкиваться и взаимодействовать с другими государствами.

Это приводит к обмену информацией, культурой, традициями и привычками. Всё это оказывает непосредственное влияние на словарный состав языка.

В процессе заимствования тот или иной язык вбирает в себя иностранные слова, пытаясь подстроить их фонетически и морфологически к условиям функционирования системы языка.

Ученый-лингвист Ахманова О.С. называет это явление обращением к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий, дальнейшей дифференциации уже имеющихся и обозначения неизвестных прежде предметов (нередко сами эти понятия и предметы становятся известными носителям данного языка лишь вследствие контактов с теми народами, из чьих языков заимствуются соответствующие слова) [Ахманова О.С. - Словарь лингвистических терминов, 1966, Москва, С.4].

Настоящая статья посвящена исторической периодизации процесса заимствования иностранных слов в русский и японский языки.

В русской лингвистической науке вопросам заимствования посвящены работы Дьякова А.И. «Особенности словаря англицизмов русского языка», «Англицизмы в современном молодежном жаргоне: формальное и семантическое освоение», «Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке»; Шумовой Н.С. «Новые англоязычные

заимствования в сознании носителей русского языка», Мельниковой А. И. «Изучение англицизмов в курсе «Современный русский язык» и т.д. В японском языке заимствования отражены в трудах Конрада Н. И. «Японская литература», Matsuoka Kooka «Gairaigo no rekishi», Алпатова В. М. «Япония: язык и культура».

Однако, несмотря на наличие многочисленных трудов, посвященных этапам процесса пополнения русского и японского языков иностранными заимствованиями, настоящее исследование является первой попыткой проследить общие и частные тенденции проникновения заимствований в русский и японский языки в рамках сопоставительно-типологического языкознания.

#### *Этапы заимствования иностранных слов в русский язык*

*I этап - IX-XIII вв.* Самую большую роль на данном этапе сыграла Греция. После установления торговых отношений с Византией, многие слова были заимствованы. Широко распространились в русском и европейских языках греческие корни: авто- (сам), аква- (вода), био- (жизнь), гео- (земля) и т.д.

Из греческого языка пришли многие названия бытовых предметов, овощей, фруктов (сахар, вишня, огурец, кукла, лента, свёкла), животных (буйвол), названия научных дисциплин (грамматика, история, философия). Здесь и христианская лексика внесла огромный вклад: ангел, алтарь, архиепископ, евангелие, икона, монастырь, пономарь, панихида и т. д.

*II этап - в XIII-XVI вв.* В связи с набегами на Русь тюркских кочевых племен (половцев, печенегов, турок, татар) в русский язык проникают тюркизмы: алмаз, башмак, буран, деньги, каблук, карандаш, лошадь, табун, чердак, шалаш, туман, чугун и другие [Голуб И.Б. Стилистика русского языка. - М.: Айрс-пресс, 2002. С.448-450].

А также происходит проникновение многих слов из латинского языка, который долгое время был литературным языком почти всей Западной Европы.

В основном это научные и общественно-политические термины, которые мы используем и по сей день: доктор, квадрат, экспедиция, революция, конституция, линия, мускул, пульс, станция, минимум, цирк, экзамен.

*III этап - XVII-XVIII вв.* Преобразовательская деятельность Петра I стала предпосылкой к реформе литературного русского языка. Во время его правления началось заимствование голландских слов.

Они появились в русском языке преимущественно в связи с развитием мореходства: верфь, гавань, матрос, трап, трюм, флот, руль, штиль, шторм, штурман, рубка, яхта, некоторых других слов (брюки, зонтик, кнопка, флаг, шкала), а так же из английского - залп, катер, акт и другие.

По словам Шумовой Н.С., все эти заимствования настолько прочно вошли в русский язык, что, как правило, даже не имеют соответствующих русских синонимов. Таким образом, избегать их в речи нет смысла, да и невозможно [Шумова Н.С. Новые англоязычные заимствования в сознании носителей русского языка//Слово и текст: актуальные проблемы психолингвистики.- Тверь: ТГУ, 1994.- С. 20-30.]

*IV этап - XIX - начало XXвв.* Особенность процесса заимствования этого периода – письменный путь проникновения иноязычных слов, прежде всего через научную и художественную литературу, частные письма, иноязычную прессу.

Поэтому заимствования этого времени носят окраску книжного стиля (специальная терминология из различных областей науки, техники, искусства, общественно-политической жизни и т.п.), например, афиша, пресса, серенада.

*V этап - XX-XXI вв.* С наступления эры глобализации наблюдается активный процесс проникновения из английского языка технической (провайдер, кликать, вагон, комбайн, сенсор, конвейер, ксерокс, браузер, трамвай, экскаватор, компьютер), спортивной (волейбол, серфинг, футбол, кросс, баскетбол, старт, матч, теннис, чемпион, финиш, хоккей), общественно-политической (импичмент, митинг, саммит, мультимедиа, клуб, спикер, пиар, интервью, лидер), бытовой лексики (холл, сквер, барбекю, дресс-

код, ток-шоу, сиквел, театр, шоппинг, лифт, джем, шампунь, парковка, коктейль).

Не менее распространен на данном этапе молодежный сленг - среда функционирования многочисленных англицизмов-наименований одежды и аксессуаров: бомбер (куртка скинхеда), брэнд (фирменная одежда), вранглеры (джинсы), зип, зиппер (застежка молния) [Дьяков А.И. - Англицизмы в современном молодежном жаргоне: формальное и семантическое освоение].

### *Этапы заимствования иностранных слов в японский язык*

#### *I этап - I век нашей эры.*

На данном этапе на японскую культуру и тогда же сформировавшийся японский язык оказали влияние вторгшиеся с материка алтайские племена (кочевники, перешедшие после переселения к оседлости). Так, от алтайского слова «ката» - резать, в последствии произошло японское слово 刀 - katana (меч). От племени айнов были взяты мужские имена, アツシ - Atsushi (Атсуши), названия некоторых животных, мифических богов и т.д, エトピリカ - etopirika (птица топорик), カムイ - kami (божество айнов- Камуи).

*II этап - IV-VIII вв.* Первичные австронезийские и алтайские языки исчезли, айнский язык был оттеснен на далекую периферию, а иммигрантских общин до XX в. не существовало.

Это, однако, никогда не означало однородности использовавшихся в Японии языковых образований.

Освоение китайской письменности и лексики было частью общего культурного влияния Китая на Японию.

Важно учитывать, что политически Япония никогда не подчинялась Китаю, а решающим фактором культурного процесса было не давление извне, а желание самих японцев взять от китайской культуры то, что им было нужно [Черевко К.Е. «Кодзики» - Запись о деяниях древности; становление японского

письменного литературного языка, 2004, С.23] . В основном это были названия предметов бытового плана: ギョーザ - gyouza (пельмени «гёза»), チャーシュー - chaashuu (барбекю), ウーロンちゃ - uironcha (чай «улун» ).

*III этап - VIII-XIII вв.* Так как Китай на тот момент являлся примером для подражания у многих стран, происходило бурное освоение китайской письменности, которое шло лишь через книгу.

Как писал Н. И. Конрад, в это время «идет упадок чисто японского языка: китаизмы внедряются в него всё глубже и глубже; значительно меняется строй речи, меняется и лексика; постепенно происходит слитие...» [Конрад Н. И. Японская литература. М.: Наука, 1974. С. 237]. Таким образом, китайская письменность канбун в течение всего длительного периода своего существования был важной составной частью культуры, в которую вошли такие слова 老 - rou (старый) от китайского lǎo; 金 - kin (деньги, золото) от jīn, 文 - bun (текст, литература) от wén.

*IV этап - XVI-XIX вв.* После прихода сёгуната к власти Япония стала закрытым государством.

В то время японцы не могли покинуть свои родные земли, а иностранцам было запрещено ступать на территорию страны восходящего солнца.

Разрешено было только голландцам и, следует отметить, крайне ограниченно, не имея права заводить диалог с коренными жителями.

Такая ситуация продолжалась довольно долго [Haga Yasushi. Nihonjin gengo bunka ron kougi (nihonjin rashisa) no kouzou. Tokyo, Taishuukanshoten, 2004. P.12].

Христианская лексика исчезла (после разрешения христианства во второй половине XIX в. она создавалась заново), но торговая лексика во многом сохранилась. В стране восходящего солнца по сей день активно используются слова, которые пришли из голландского языка: パン -pan (хлеб), ビール - biru

(хлеб), コック - kokku (кок, повар на корабле), ビスケット -bisquitto (бисквит),  
ドイツ - doitsu (кнопка), コーヒー -koohii 'кофе', ガラス-garasu 'стекло' и др.

*V этап - XIX-XXI вв.* В 1868-1912 началась эпоха Мэйдзи, названная по имени правившего тогда императора. Был взят курс на развитие капитализма и на освоение европейской культуры.

В течение нескольких десятилетий японское общество радикально изменилось.

Разумеется, эти процессы не могли не затронуть и область языка.

Прежние литературные языки, особенно канбун, стали непригодными для новой ситуации. Японцам нужен был новый, единый и общепонятный язык.

С 50-60-х гг. XIX в. начался период интенсивной европеизации Японии, сначала большей частью через устное общение с иностранцами, особенно с американцами и англичанами, число которых резко возросло [Loveday L. J. Language Contact in Japan. A SocioLinguistic History'. Oxford, 1996. P. 213]. В период с 60-х гг. XIX в. по 20-е гг. XX в. в японский язык вошли ビタミン - bitamin (витамин), クリアー - kuria (чистый), ライス - райсу (рис, приготовленный в европейском стиле), ヨーグルト - joguruto (йогурт), レストラン - resutoran (ресторан), ベッド - beddo (кровать), ジュース - juusu (сок), リサイクリング - risaikuringu (переработка отходов), カメラ - camera (фотоаппарат), テレビ- terebi (телевизор). В этот период такие слова стали стандартно именоваться «гайрайго» (外来語), т.е. дословно-заимствованные слова.

Существовало разное понимание границ этого освоения, в том числе и в лингвистической области.

Для некоторых фигур японской культуры такой поворот в отношении стран Европы казался неотделимой частью от овладения западными языками, в первую очередь английским.

В крайнем случае предлагалось полностью отказаться от японского языка, в более умеренном варианте речь шла о массовом японо-английском двуязычии [Matsuoka Kooka. *Gairaigo no rekishi // Gairaigo*. Tokyo: Kotoba-Yomiuri, 1993. P. 151].

До начала XX в. в появившихся университетах западного стиля в стране восходящего солнца преподавание частично, а иногда и полностью было на английском языке.

Известный государственный деятель Мори Аринори, который занимал пост министра образования в эпоху Мэйдзи, имел серьезные намерения заменить японский язык английским и даже переписывался по этому поводу с крупнейшим американским лингвистом того времени Дуайт Уитни, который отнесся к таким планам скептически.

Как итог, победил более естественный для Японии вариант, при котором не было резкого ухода от традиций страны, а заимствованные знания становились составной частью японской культуры.

Как показал ретроспективный подход к проблеме исследования, в ходе своего развития русский и японский языки претерпевали разные трансформации и обновления, которые носят универсальный и частный характер.

Как видно из результатов исследования, в обоих языках присутствуют слова из тюркской лексики; из голландского языка пришли и сохранились слова в сфере торговли; с наступления эры глобализации активно проникли слова английского языка в технологичной, политической, социальной сферах, а так же формируется сленг среди молодежи путем адаптации английских слов.

Однако территориальное расположение, государственный строй и специфика контактов с соседними государствами не могли не отразиться на развитии и изменениях русского и японского языков.

В частности, на протяжении всего своего развития русский язык находился под влиянием западно-европейской культуры, в связи с чем были активно заимствованы скандинавские, греческие, латинские, немецкие, французские слова. Китайская культура и язык стали частью общего культурного развития Японии, которые способствовали формированию японской письменности и обогащению лексического состава.

Таким образом, процесс заимствований иноязычных слов является неотъемлемой частью и условием социальной жизни человечества, согласно которому можно проследить пути исторического развития языка и его реакцию на потребности мирового общества.

### **Список литературы:**

1. Алпатов В. М. Япония: язык и культура. - М.: Языки славянских культур, 2008. С. 65.
2. Ахманова О.С. - Словарь лингвистических терминов, 1966, Москва
3. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. - М.: Айрс-пресс, 2002. С.448-450.
4. Дьяков А.И. - Англицизмы в современном молодежном жаргоне: формальное и семантическое освоение.
5. Конрад Н. И. Японская литература. М.: Наука, 1974. С. 237.
6. Черевко К.Е. «Кодзики» - Запись о деяниях древности; становление японского письменного литературного языка, 2004.
7. Шумова Н.С. Новые англоязычные заимствования в сознании носителей русского языка//Слово и текст: актуальные проблемы психолингвистики.- Тверь: ТГУ, 1994.- С. 20-30.
8. Haga Yasushi. Nihonjin gengo bunka ron kougi (nihonjin rashisa) no kouzou. Tokyo, Taishuukanshoten, 2004. P.12
9. Loveday L. J. Language Contact in Japan. A SocioLinguistic History'. Oxford, 1996. P. 213.
10. Matsuoka Kooka. Gairaigo no rekishi // Gairaigo. Tokyo: Kotoba-Yomiuri, 1993. P. 151.

## РУБРИКА 6. «ФИЛОСОФИЯ»

### ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИРОДЫ СОЗНАНИЯ В КОНЦЕПЦИИ ДЭНИЕЛА ДЕННЕТА

*Бойко Ирина Сергеевна*  
*студент, Томский государственный университет,*  
*РФ, г. Томск*

*Чешев Владислав Васильевич*  
*научный руководитель, проф., Томский государственный университет,*  
*РФ, г. Томск*

В данной работе я хочу рассмотреть одну из современных теорий в области сознания, обосновать её критику и выдвинуть собственную позицию.

Итак, каждый из нас хоть на какую-то долю секунды задавался вопросами: кто я, откуда берутся все мои мысли, управляю ли я ими или же это бесконечный стихийный поток, что это за голос, сидящий внутри меня и что является его источником? Но ни один из этих обыденных вопросов не дает ответа на то, что же такое «сознание»? Мы не знаем о нем ничего, кроме того, что порой делаем его объектом наших мыслей, суждений, ни никто точно не понимает, о чем же все-таки он говорит на самом деле. Стандартное определение сознания на сегодняшний день гласит: сознание-это высший уровень психической активности субъекта, способность мыслить, рассуждать, формировать чувственные образы и т.д. Но человек не может непосредственно иметь дело со своими мыслями, мы не можем их увидеть, потрогать, так же как мы не имеем ни малейшего представления о природе их источника. То, что называют сознанием, лежит далеко за пределами познавательных возможностей человека. Эта загадочная и до сих пор неисследованная область порождает многочисленные споры, открывает пространство для новых теорий, в частности, одну из тех, которую я собираюсь представить ниже.

«Я уже много лет доказываю, что да, принципиально возможно осуществить человеческое сознание в машине. В конечном счете, машина — мы сами. Мы роботы, сделанные из роботов, сделанных из роботов. Мы невероятно сложны, триллионы подвижных частей. Но все это роботизированные части. Здесь нет никакого чуда», - утверждает философ [6]. Суть сознания в том, по Деннету, что это набор простейших методов и приёмов, которые мозг использует. «Я не могу это вообразить»-говорят люди. Но Деннет утверждает, что люди просто не хотят этого представить, хотя мы это можем, просто даже не пытаемся.

Мы не имеем власти над нашим собственным сознанием, как нам кажется, говорит Деннет. Сознание нас обманывает, вводит в заблуждения, манипулирует нашим восприятием, оно иллюзорно, это то, что находится внутри нас как в своем источнике существования. Никто из нас никогда не имел непосредственного отношения к нему, никто не видел и не наблюдал само сознание. Люди привыкли представлять себя физическими организмами, в головах которых сидит какой-то «маленький человечек» (гомункулус), который представляет наше я, который воспринимает все потоки информации, попадающие к нам в мозг. Например, мы смотрим телевизор, получаем информацию, воспринимаем картинки, и этот единый центр внутри нас анализирует получаемую информацию, делает выводы, суждения. На самом же деле, как утверждает Деннет, никакого «картезианского театра» (иронический термин, введенный Деннетом, отсылающий к картезианскому материализму, где признается некая граница в нашем мозге, отделяющая то место, где информация, поступающая в мозг равна нашим представлениям в опыте, поскольку все, что с нами происходит в опыте, мы осознаем) нет. Никакого единичного я, никакой самости, никакой целостной личности внутри нас не сидит; этим он опровергает представления Декарта о дуализме разума и тела. Более того, мы получаем парадокс, когда рассуждаем следующим образом: если человек воспринимает свои внутренние представления вследствие существования «маленького человечка», то получается, что этот гомункулус

должен воспринимать свои внутренние представления за счет пребывания в своем мозге ещё меньшего человечка, и так до бесконечности. Сознание представляет собой некоторые функциональные отношения логических состояний, которые находят свое применение в самых разных физических состояниях: в теле человека, в запрограммированном устройстве и др.

«Функциональные отношения представляют собой набор сложных функциональных сетей, образующихся в результате деятельности множества нейронов. Эти сети и есть сознание».[7. С. 896]

Сознание есть информация, некое содержание, возникающее в результате самоорганизации нейронных отношений, что позволяет в случае компьютерного подхода смоделировать мозговую деятельность на основе использования искусственных нейронных сетей. [4]

Иллюзия сознания возникает в результате особой виртуальной машины, которая инсталлирована на параллельную архитектуру мозга, которая имеет культурное происхождение и называется «мемами». Также как биологическая информация состоит из генов, так и культурная информация состоит из «мемов». Это та программа, которая настойчиво стучится к нам в мозг и требует своего исполнения. И мозг ее исполняет. Поэтому содержание нашего сознания-это совокупность «мемов». Быть может человек - это просто машина, зомби, как говорит Деннет. Сознание-это иллюзия. Приписывание интенций-это такая операция, которая пока что удобна нам, потому что мы очень мало знаем о мозге человека, потом мы ее отбросим. Мы не знаем, есть ли эти интенциональные установки у других людей или нет, мы лишь приписываем их. То, что нам кажется, что у нас есть эти интенциональные состояния-это одна большая иллюзия, обман мозга или чего бы то ни было другого, развеять который нам еще не удалось, как собственно и всей науке.

В этом состоит концепция Деннета на механизмы сознания. Теперь же рассмотрим основные возражения, которые можно выдвинуть в противовес данной теории сознания.

Во-первых, Деннет ничего не говорит о природе сознания, о его становлении в ходе социокультурной эволюции. Между тем, сознание формируется как освоение смыслового содержания рождающейся культуры. Оно предстает как интериоризация социальной активности человека, т.е. как трансформацию ее в психические процессы. Сознание формируется в процессе освоения культурных символов, в ходе социальной активности индивида. В этом состоит концепция советского психолога Л.С. Выготского на специфику формирования мышления и сознания. Л.С. Выготский признавал важность и необходимость эмоционально-психической активности человека, способности переживать в силу произвольных аффектов в становлении сознания человека: «Кто оторвал мышление с самого начала от аффекта, тот навсегда закрыл себе дорогу к объяснению причин самого мышления, потому что детерминистский анализ мышления необходимо предполагает вскрытие мотивов мысли, потребностей и интересов, побуждений и тенденций, которые направляют движение мысли в ту или иную сторону. Точно так же, кто оторвал мышление от аффекта, тот заранее сделал невозможным изучение обратного влияния мышления на аффективную, волевою сторону психической жизни». [1, С.21]

В этой связи, человек представляет собой именно личность, а не пассивный объект, программируемый «мемами». Сознание личности формируется не чисто когнитивным путём, а посредством переживаний, которые сознание обрабатывает и доводит до определенной целостности. Выбор жизненных ценностей и соответствующего им поведения задается целостным миром переживаний, смыслов, сформировавшимися в культурном и социальном опыте человека. Поэтому человек не может быть равнодушен ко всему, с чем сталкивается сознание. Все внешние воздействия сталкиваются с этим личностным миром переживаний, аффектов, который может как принимать, так и отторгать их. Человек – не пассивная машина, программируемая извне. Концепция Деннета исходит из игнорирования и неприятия личностного начала в человеке. В результате, Деннет отрицает и само сознание как свойство человека.

Еще одним ученым в области психологии, который ставил своей задачей рассмотрение психологической теории деятельности, был А. Н. Леонтьев. Большую роль Леонтьев уделяет социальной природе сознания человека, его предметной деятельности. «Анализ деятельности и составляет решающий пункт и главный метод научного познания психического отражения, сознания». [5,С.23] Жизнь предстает не только сменяющимися друг друга деятельностями, но и психологическим содержанием активности человека. Для личности содержание жизни предстает как совокупность его переживаний, впечатлений, волевых устремлений.

Таким образом, рассмотренная теория сознания Д. Деннета представляет собой радикальную версию функционализма, а именно «машинного» функционализма, где сознание – это всего лишь ядро вкладываемой информации, набора механизмов и программ действия. Если переложить концепцию Деннета на специфику современного информационного общества, то это раскрывает причину такого радикального взгляда. Непрерывный поток информации, появление всё новых технологий играет важную роль в развитии ассоциативных представлений о человеке как о ячейке информации. Но теория Деннета противоречит обыденному здравому смыслу: перенос свойств субъективного «Я» на общую компьютерную искусственную модель приводит к утрате самости личности, индивидуальности её субъективного опыта, чувств и переживаний. Попытка применить физиологические и психологические законы мозга с устройством компьютера, робота и на любое другое механизированное устройство разрушают концепцию волевого, субъективного начала в индивидуальном сознании и ценности личности как таковой.

### **Список литературы:**

1. Выготский Л. С. Мышление и речь // Выготский. Собрание сочинений: в 6 т. М.: Педагогика. 1982. Т. 2. С. 5-361.
2. Деннет Д. Виды психики: на пути к пониманию сознания / Пер. с англ. А. Веретенникова; под общ. ред. Л. Б. Макеевой—М.: Идея-Пресс, 2004. — 184с.

3. Деннет Д. Онтологическая проблема сознания / пер. с англ. А. Л. Блинова // Аналитическая философия: Становление и развитие (антология) / сост. А. Ф. Грязнов. — М.: ДИК «Прогресс-Традиция», 1998. — С. 361—375.
4. Дубровский Д.И. Информация. Сознание. Мозг.-М: Высшая школа, 1980.- 286с.
5. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1975.- 303 с.
6. Торнхилл Д. Грани сознания: Дэниел Деннет [Электронный ресурс]. — <http://gefter.ru/archive/21704>
7. Юлина Н. С. Сознание объясненное // Энциклопедия эпистемологии и философии науки / Составление и общая редакция. И. Т. Касавин. — М: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2009. — С. 896-898. — 1248 с.

## РУБРИКА 7. «ЭКОНОМИКА»

### ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ

*Година Евгения Алексеевна*

*студент, Российская таможенная академия, Ростовский филиал,  
РФ, г. Ростов-на-Дону*

*Кусая Ариана Олеговна*

*научный руководитель,  
преподаватель, Российская таможенная академия, Ростовский филиал,  
РФ, г. Ростов-на-Дону*

В современных условиях открытости национальных экономик и международного разделения труда многие государства активно развиваются во внешнеэкономической сфере и приоритетным направлением является участие в процессах региональной экономической интеграции, которая обусловлена воздействием глобализации экономик отдельных государств и необходимостью увеличения позитивных и устранения негативных её последствий.

В системе международных отношений в настоящее время происходят глубокие изменения. Новой чертой этих изменений становится процесс глобализации. В научной литературе данное понятие трактуется с разных точек зрения. В широком значении понятие «глобализация» применяется по отношению к обширному кругу явлений для определения роста его целостности.

Понятие «глобализация» носит широкий и универсальный характер. Универсальность проявляется в том, что процессы глобализации протекают одновременно в различных сферах жизни мирового сообщества.

В целом глобализация рассматривается как процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации [5], усиление взаимосвязи и взаимозависимости явлений и процессов в обществе [3]. Аспекты процесса глобализации являются объектом изучения не только экономической науки, но и других общественных наук. Содержание процесса глобализации в различных науках представлено в таблице.

Наиболее динамично процесс глобализации протекает в экономической области. Г. Фишер выделяет экстенсивный (территориальный) и интенсивный (логический) аспекты глобальных процессов.

Экстенсивный аспект проявляется во взаимосвязи различных национальных экономик, проявляется данный аспект в постоянном увеличении масштабов мировой экономики, расширении поля действия мирохозяйственных отношений.

Интенсивный аспект возникает в связи с внеэкономическими предпосылками, факторами и эффектами собственно экономической деятельности, а также с усилением взаимосвязи различных форм хозяйственной деятельности [4].

**Таблица 1.**

**Содержание процесса глобализации**

<b>Наименование</b>	<b>Характеристика</b>
Экономика	Рост международной торговли, рост международного движения капитала, ослабление экономических барьеров между странами, создание международных организаций, развитие глобальной финансовой системы, рост доли мировой экономики, находящейся под контролем многонациональных корпораций, увеличение роли международных организаций (ВТО, Всемирный банк, МВФ) в осуществлении международных сделок, углубление международного разделения труда.
Информатика	Развитие глобальной телекоммуникационной инфраструктуры, слияние инноваций и новых технологий в единый общемировой комплекс технических знаний.
Социология, философия, культура	Сближение образа жизни людей разных стран, рост международного культурного обмена, расширение мультикультуризма и культурного разнообразия, рост международного туризма.
Политика	Увеличение роли авторитетных международных институтов в урегулировании проблем, возникающих в ходе глобализации

Глобализацию можно рассматривать как процесс, который создает благоприятные предпосылки для роста мобильности капитала, быстрого распространения технологических инноваций и единообразия и взаимозависимости национальных рынков.

Таким образом, глобализация экономики - это процесс исторический, являющийся результатом новаторства и развития науки и техники. Также глобализацию экономики можно определить, как процесс роста экономической

интеграции, перехода к информационному обществу, либерализацию международной торговли и движение капитала.

В глобальной интеграции экономики выделяют 4 этапа:

- на 1 этапе (1870-1914) произошла промышленная революция, что способствовало улучшению транспорта; сокращению торговых барьеров за счет распространения либеральной доктрины;

- 2 этап (1920-1930) характеризуется замедлением интеграции мирового хозяйства. На этом этапе преобладало стремление стран к самообеспечению и замкнутости, что привело к росту торговых барьеров;

- 3 этап (1945-1980) характеризуется снижением торговых барьеров и транспортных издержек, за счет системы регулирования торговли на основе Генерального соглашения по тарифам и торговле;

- на 4 этапе (начался в 1990-е гг.) происходит дальнейший прогресс транспорта, средств связи, наблюдается значительное снижение затрат на коммуникации, расширяются границы торговли.

Принимая во внимание объективный характер процесса глобализации необходимо проанализировать движущие силы и факторы, которые обуславливают этот процесс. В научной литературе выделяют такие движущие силы глобализации мировой экономики:

- рыночная конкуренция (повышение качества и расширение ассортимента товаров и услуг, снижение издержек);

- научно-технический прогресс (прогресс технологических инноваций, новые информационные и коммуникационные технологии, ведущие к сокращению расстояний между рынками);

- деятельность транснациональных корпораций;

- развитие институтов, необходимых для глобальных операций.

В последние годы термин «глобализация экономики» стал употребляться как синоним интернационализации хозяйственной жизни и вхождения национальных экономик в мирохозяйственную систему, как выражение

процесса интегрирования национальных хозяйств, что нарушает понимание исторически нового и важного процесса.

Отметим, что глобализация мирохозяйственных связей явление многоуровневое, выделяют:

- макроуровень (региональная, национальная экономика): основа для регуляции в планетарных масштабах процессов глобализации, преодоления препятствий и ограничений в сфере международных экономических отношений;

- мезо-уровень (финансовые, валютные рынки и рынки труда): является основой для осуществления мирохозяйственных контактов;

- микроуровень (отдельные предприятия): является структурообразующей основой глобализации мирохозяйственных связей.

Нужно отметить, что глобализация экономики процесс сложный и противоречивый. В качестве основных противоречий этого процесса можно выделить:

1. Противоречие между странами или группами стран.

2. Противоречия между странами и соответствующими международными институтами.

3. Противоречия между отдельными странами и транснациональными корпорациями, банками, мировыми финансовыми центрами.

4. Противоречия между крупнейшими транснациональными корпорациями, банками и мировыми финансовыми центрами.

Важной характерной чертой глобализации является то, что глобализацию можно рассматривать как качественный переход в отношениях между странами, характеризующийся усилением взаимозависимости и взаимовлияния различных сфер экономической деятельности в области международных отношений.

Под влиянием глобализации увеличивается количество интеграционных объединений, их качественные параметры, но и обостряется конкуренция на

мировом рынке, усиливается борьба за вовлечение в действующие интеграционные объединения новых участников [1].

Глобализация и регионализация - два взаимосвязанных процесса, которые являются неотъемлемой частью международных отношений в настоящее время. В совокупности эти два процесса являются выражением интернационализации жизни современного общества, когда все большее количество вопросов в функционировании суверенных государств могут найти свое решение лишь через взаимодействие с подобными себе политическими субъектами. Одним из наиболее зримых проявлений интернационализации является феномен региональной интеграции, когда несколько соседних государств решает многие свои проблемы посредством скоординированных многосторонних действий в рамках каких-либо институциональных объединений.

Особенностью современного экономического регионализма является то, что большинство экспертов не считает региональную интеграцию альтернативой мировому рынку в целом.

Таким образом, региональная интеграция - это объективная тенденция современного глобализирующегося мирового рыночного пространства, обусловленная стремлением национальных государств использовать международный обмен товарами и факторами производства, технологическое развитие на базе инноваций для интенсификации экономического роста [2].

Главной причиной региональной экономической интеграции является стремление к повышению экономической эффективности производства. Результатом процесса экономической интеграции может стать создание интеграционного объединения (группировки) того или иного уровня развития.

В рамках последовательных стадий интеграции постепенно реализуются свободы перемещения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы (так называемые четыре свободы). Это происходит неравномерно и зависит от исторических особенностей формирования каждой интеграционной группировки.

Таким образом, экономическая интеграция - это присущий странам с рыночной экономикой объективный процесс постепенного сращивания

хозяйственных механизмов двух или нескольких государств, находящихся, как правило, в одном регионе, примерно на одном уровне экономического развития, имеющих совместимые социально-экономические и политические системы и приоритеты и проводящих политику интеграции, который проявляется в создании региональных интеграционных объединений (зон свободной торговли, таможенных союзов, общих рынков, экономических и валютных союзов), содержащих определенный набор экономических и правовых инструментов.

На современном этапе процесс глобализации характеризуется многоаспектностью, тесной взаимосвязью с научно-техническим прогрессом, информационно-технологической революцией и ее последствиями (компьютеризацией, информатизацией, виртуализацией, стремительным развитием Интернета и др.). Современный этап глобализации определяется выгодой отдельных стран и транснациональных корпораций, которые используют объективные глобализационные тенденции. В своих интересах. Необходимо отметить, что глобализационные процессы осуществляются. В первую очередь между промышленно развитыми странами и лишь во вторую охватывают нынешние развивающиеся страны.

### **Список литературы:**

1. Воронина Т.В. Международная экономическая интеграция: императивы, противоречия, тенденции развития: Автореф. дис. докт. экон. наук. Ростов н/Д, 2013. С.3-15.
2. Гильяно А.А., Кочергина Т.Е., Мозолева Н.В. Международные интеграционные процессы: инновационные, инвестиционные и инфраструктурные аспекты: монография. Ростов н/Д: Российская таможенная академия, Ростовский филиал, 2015. С. 10-30.
3. Международные экономические отношения: учебник для студентов вузов / под ред. В.Е. Рыбалкина. 7-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТА-ДАНА, 2008. С.39.
4. Фишер Г. Глобализация мирохозяйственных связей: сущность, направления перспективы: дис. ... докт. экон. наук. М., 2000. С.18-24.
5. Экономическая безопасность: учеб. пособие / В.А. Богомолов [и др.]. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. С.153-167.

## РЕКЛАМА НА РАДИО: СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ

*Николаев Руслан Юрьевич*

*студент, Новосибирский государственный университет экономики и  
управления «НИНХ»,  
РФ, г. Новосибирск*

Рекламный дискурс в устной и письменной формах манифестации привлекает внимание широкого круга исследователей различных областей гуманитарного знания. В информационную эпоху рекламный дискурс, бесспорно, является одним из наиболее активно развивающихся типов дискурса. Его распространение обусловлено, с одной стороны, экономическими причинами, реалиями жизни общества потребления, а с другой – интенсивным развитием средств передачи информации, таких как радио, телевидение, интернет-коммуникации.

Понятие рекламы подразумевает всё, связанное с распространением в обществе информации, привлекающей внимание к какому-либо объекту: товару или услуге, персоне или компании, проблеме или событию.

В современном мире существует невероятное множество средств коммуникации, используемых в рекламе: от небольших бумажных носителей до огромных билбордов, от короткого аудио-сообщения до полнометражного фильма.

На сегодняшний день в результате развития сети информационных коммуникаций создается особое информационное пространство, изучение которого выступает в качестве необходимого компонента планирования и организации рекламной деятельности, немаловажное место в этом пространстве занимает осуществление рекламной деятельности на радио.

Радио является наиболее доступным рекламным носителем информации, вследствие его повсеместного распространения. Современная концепция формирования рекламной стратегии, как правило, включает в себя все виды носителей рекламных сообщений, в этой связи рассмотрение возможностей и технологий создания радиорекламы становится насущным вопросом. Одной из особенностей радиорекламы является невозможность представить или увидеть товар.

Отличительной чертой радиомонолога является отсроченный характер обратной связи с адресатом-радиослушателем. Кроме того, в отличие от телевизионной рекламы, восприятие радиорекламы осложнено невозможностью использования одного из важнейших каналов восприятия информации – зрительного канала. В результате из пяти возможностей поддержания контакта между участниками коммуникации – сказать, показать, услышать, увидеть, узнать (переспросить, выяснить непонятное) – в радиомонологе остаются только две возможности контакта: сказать и услышать. Ограниченность элементов воздействия на потребителя рекламной информации и, главное, невозможность продемонстрировать товар, несомненно, относятся к недостаткам радиорекламы.

Вместе с тем радио имеет очевидные преимущества перед другими средствами массовой информации. Его слушают на работе и дома, в автомобиле и на отдыхе:

- широкая распространенность радиоприемников;
- экономичность и простота радиорекламы, подготовка и передача которой требуют значительно меньше времени, а тарифы на нее намного ниже, чем, например, на телевизионную рекламу;
- быстрота передачи информации, так как новости по радио транслируются чаще, чем по телевидению, а наиболее распространенными местами слушания радио, вне зависимости от региона, остаются дом и автомобиль;
- воображение слушателя, которое позволяет представлять абсолютно любые образы при минимальных затратах;
- круглосуточное вещание и значительный охват аудитории;
- фоновое воздействие;
- частотность;
- избирательность (радиореклама позволяет охватывать определенные сегменты аудитории при помощи точно определенных форматов).

Можно выделить следующие типы рекламы:

- музыкальная заставка, выполняющаяся в различных вариантах - рекламное сообщение может быть пропето целиком, музыкальные фразы могут быть вставлены в разные места текста. Определенная музыка может соответствовать как рекламе целой компании, так и рекламе отдельных товаров и услуг этой компании. Многократное прослушивание усиливает ассоциации музыкальной заставки с товаром и компанией. Часто такую фразу называют «музыкальным логотипом», таким приемом формирования бренда пользуются многие компании, как на федеральном, так и на региональном уровнях;

- жанровая сценка под названием «Решение проблемы». Как и в рекламе по телевидению, жанровая сценка на радио разыгрывается актерами, обсуждающими возникшую проблему и пути ее решения, используя определенный товар. Такая реклама является по сути тем же текстом, созданным по всем правилам копирайтинга, несет в себе скрытый призыв к приобретению товаров или получения услуги;

- прямое объявление – самый простой способ радиорекламы. Для достижения большей эффективности прямое объявление используется как часть радиопередачи, поскольку объявление не имеет отличительных черт, кроме содержания, потребители реагируют на него в меньшей степени;

- оригинальное представление – разнообразие для производства рекламы. В этом случае, могут быть использованы любые приемы создания радиороликов, как непосредственно в технологическом плане, так и в креативном. При верной компиляции составляющих эффективность может быть много выше традиционных методов создания роликов.

Имеются основные правила для повышения рекламного радиоролика:

- рекламное сообщение должно быть доступным и простым настолько, чтобы быть понятным различным категориям людей;

- рекламный ролик должен запоминаться сам собой, непринужденно и легко;

- ролик должен заставить работать воображение слушателя и в его сознании должны возникнуть красочные образы, и даже запахи рекламируемого продукта;

- к участию в рекламе желательно привлекать людей с высоким рейтингом узнаваемости, любимых народных актеров, певцов и т.д.;

- продолжительность рекламного ролика не должна составлять более 60 секунд.

Эффективность от радиорекламы можно подсчитать по количеству покупателей и клиентов, решивших сделать покупку или заказать услугу после ее прослушивания, а также приростом прибыли в сравнении с прошлым периодом. Эти данные являются основными показателями эффективности рекламы на радио.

Итак, радио является достаточно гибким медианосителем и более оперативным, чем периодические издания. Эфирное время на радио дешевле, чем на телевидении, и оно может охватить тот сегмент целевой аудитории, на который не воздействуют телевидение и пресса.

### **Список литературы:**

1. Бернадская Ю. С. Звук в рекламе. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 135 с.
2. Володина Ю. Правовое регулирование рекламы в радиовещательной сфере / Ю. Володина // Балтийский юридический журнал. – 2016. – № 4 (43). – С. 52-62.
3. Ермолаева Е.Л., Чихутова А.Д., Масленникова А.С. Воздействие рекламы на человека // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 5 (73). – С. 102-103.
4. Кошарная Г. Б. Особенности восприятия потребителями радиорекламы / Г. Б. Кошарная, Ю. Л. Афанасьева // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2007. – № 4, Вып. 1. – С. 3-8.
5. Кузнецов П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие / П. А. Кузнецов. – М.: Дашков и К, 2016. – 296 с.
6. Лекарева Ю.С. Развитие маркетинговой деятельности предприятий // Экономика и предпринимательство. – 2015. – №3(56). – С. 574-579.
7. Психология массовых коммуникаций / А.М. Руденко, А.В. Литвинова; под ред. А.М. Руденко. – М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. – 303 с.
8. Психология рекламы / Р. И. Мокшанцев; науч. ред. М. В. Удальцова – М.: НИЦ ИНФРА-М, Сиб. согл., 2015. – 232 с.
9. Щепилова Г.Г. Критерии классификации радиорекламы // Медиаскоп. – 2014. – №1. – С. 2-20.

## **СПОСОБЫ И МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМ ИМУЩЕСТВОМ**

*Павлова Наталья Игоревна*

*магистрант, Санкт-Петербургский Политехнический университет  
Петра Великого,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

*Кирпичникова Александра Владимировна*

*научный руководитель, Проф., Санкт-Петербургский Политехнический  
университет Петра Великого,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

В Российской Федерации признается и гарантируется местное самоуправление. К задачам местного самоуправления в первую очередь относится удовлетворение основных жизненных потребностей населения. Конституция Российской Федерации, признавая и гарантируя местное самоуправление, определяет экономические условия местного самоуправления. Это находит свое выражение, прежде всего:

- в признании и равной правовой защите наряду с другими формами собственности муниципальной собственности[1, с. 8];
- в праве органов местного самоуправления самостоятельно управлять муниципальной собственностью[1, с. 132].

Муниципальная собственность - главная составляющая экономической основы местного самоуправления. Эффективное управление собственностью это, прежде всего, формирование доходной части городского бюджета и создание условий для реализации социально-экономической политики, направленной на развитие города и создание благоприятных условий жизни для граждан. Полномочия по управлению и распоряжению земельно-имущественным комплексом города возложены на комитет по управлению муниципальным имуществом.

Основным отличием муниципальной от любой другой собственности – это то, что она нужна и функционирует для удовлетворения социальных и общественных интересов граждан, а также определенных коллективных

потребностей. Таким образом, она несет в себе важное социальное значение, выступает средством благоустройства, а также она необходима для получения доходов в бюджет. Именно поэтому муниципальная собственность и, в частности, муниципальное имущество обладают сложным характером и сочетают в себе определенные принципы и возможности социальной пользы и доходности.

Муниципальная собственность включает в себя такие объекты, которые, с одной стороны, имеют только одно конкретное назначение, так как необходимы для решения вопросов исключительно местной и социальной направленности, но с другой стороны, они – многофункциональны, так как оказываются вовлеченными в решении обширного ряда вопросов местного самоуправления.

В настоящий момент, органы местного самоуправления имеют в своем арсенале различные методы осуществления управления муниципальным имуществом. Особняком здесь стоит Аренда и также субаренда. Они выполняют особую роль в процессе управления муниципальным имуществом. Так как все денежные средства полученные за предоставление в аренду или найм муниципального имущества являются постоянным источником дохода в бюджет муниципальных образований. Именно поэтому управление муниципальным имуществом не представляет его продажу по максимально выгодной цене.

Местное самоуправление в лице органов местного самоуправления использует сравнительно небольшую часть муниципальной собственности. Большая ее часть передается на тех или иных условиях (правовых режимах). Например, таких как: аренда (включая лизинг), доверительное управление, бесплатное пользование, хозяйственное ведение (для муниципальных предприятий), залог. Наличие муниципальной собственности позволяет муниципальным органам власти выступать в качестве полноправных, самостоятельных субъектов управления и обеспечивать благоприятные условия для развития частного сектора экономики.

Проведя анализ эффективности использования муниципальной собственности в Российской Федерации, можно сделать вывод, что на данный момент наблюдается низкая эффективность использования имущества. Это связано с тем, что с одной стороны объекты муниципальной собственности находятся в экономическом обороте, а с другой муниципальные бюджеты в ряде регионов не дополучают определённый объём финансовых поступлений, при этом, как правило, ежегодных[2].

Функционирующая на современном этапе система управления и обеспечения муниципальной собственностью достаточно слабо ориентирована на решение реальных существующих социально-экономических проблем рядового населения. Настоящее состояние муниципальной собственности на практике не обеспечивает ее воплощения как основу местного самоуправления. В ней присутствует ряд отрицательных явлений:

- 1) Убыточность муниципальных предприятий;
- 2) Большинство муниципальных образований – дотационны;
- 3) Большинство муниципального имущества находится в изношенном, неудовлетворительном состоянии и зачастую нуждается в проведении капитального ремонта;
- 4) Социальные услуги оказываемые населению не соответствуют общепринятому уровню социальных стандартов.

Недостаточный уровень эффективности муниципального имущества вызван неудовлетворительным состоянием в целом всей системы местного самоуправления. Поэтому, на сегодняшний день главной задачей для органов местного самоуправления является повышение эффективности управления муниципальным имуществом, а также создание условий для эффективного функционирования рынка земли и недвижимости на территории города. Исследуя данную проблему, представляется возможным выделение следующих подходов к установлению эффективных способов использования муниципального имущества:

- 1) Со стороны получаемого дохода. Данным показателем может быть удельный вес суммарного дохода в бюджет от использования имущества.

2) Со стороны общественной пользы. Здесь применяются только качественные показатели. (Например, общее снижение уровня детской преступности, благодаря строительству детских клубов)

3) Со стороны экономии средств бюджета. Например, строительство специальных зданий для административных нужд, Это помогает высвободить помещения в жилом фонде, которые используют для своих нужд различные административные организации (ЖЭУ, паспортный стол и прочие) и передать их в пользование жильцам и сократить, за счет этого, выплаты непосредственно частному сектору за использование их площадей[2].

Существует несколько методов для улучшения эффективности управления муниципальным имуществом.

Первым методом является ротация кадров. В частности, проведение конкурсов на замещение руководящих должностей в муниципальных образованиях и учреждениях. Также к данному методу можно отнести осуществление строго контроля надзорными органами за деятельностью органов местного самоуправления, регулярное обучение и повышение квалификации всего персонала, работающего в различных муниципальных образованиях.

Вторым методом является организация аукционов на право получения в аренду той или иной муниципальной собственности. Таким образом появится возможность выбирать наиболее выгодное предложение

Третьим методом является осуществление контроля за соблюдением расписания работы муниципальных предприятий, а также за количеством и качеством оказываемых ими социальных услуг гражданам.

Еще одним методом можно обозначить поощрение работников органов местного самоуправления за достижения высоких результатов по результату работы[3].

Использование вышеуказанных методов и способов должно способствовать повышению эффективности выполнения всех социальных функций органами местного самоуправления, оптимизации использования

муниципальной собственности для повышения доходности от всего муниципального имущества и способствовать организации предпосылок для устойчивого экономического роста.

Реализация данной программы позволит существенно увеличить объемы поступлений денежных средств в бюджет за счет повышения доходности муниципальных учреждений и снижению расходов из бюджетных средств, а также будет способствовать совершенствованию и повышению эффективности всей системы местного самоуправления и, в частности, управления муниципальным имуществом.

Подводя итог, необходимо отметить, что муниципальная собственность играет очень важную роль в жизнедеятельности государства и органов местного самоуправления. Она является объектом стратегической важности и требует наличия эффективного аппарата для управления.

Правильное распоряжение муниципальным имуществом будет способствовать увеличению доходов в муниципальные бюджеты, и, как следствие, решению многих социальных проблем граждан.

### **Список литературы:**

1. Конституция Российской Федерации. – [Электронный ресурс] – режим доступа. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/) (Дата обращения 01.04.2018)
2. Прохорова М. В. Эффективность муниципальной власти как имиджевый показатель // Власть. – 2017. – №6. – С. 165-167.
3. Вобленко С.В., Кокин И. А., Повышение эффективности управления муниципальной собственностью и муниципальными финансами как необходимое условие улучшения социально-экономического положения муниципального образования // Проблемы и методы социально-экономического развития местных сообществ в России. – 2008. №2.
4. Бабун Р. В. Местное самоуправление России на новом этапе муниципального строительства // ЭКО. Всероссийский экономический журнал. – 2017. – №3. – С. 60-77.

## **EVENT-МАРКЕТИНГ КАК МЕТОД УВЕЛИЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БРЕНДА НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ADIDAS»**

*Рыкова Анна Алексеевна*

*магистрант, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,  
РФ, г. Москва*

*Райкова Елена Юрьевна*

*научный руководитель, доц., Российский экономический университет  
им. Г. В. Плеханова,  
РФ, г. Москва*

За последние годы возросло значение маркетинговых коммуникаций, которые являются инструментом для продвижения товаров и максимизации прибыли. Данный инструмент уже долгие годы используется в зарубежных странах, но в России он остается относительно плохо развитым. Одним из самых эффективных и популярных видов маркетинговых коммуникаций является событийный маркетинг (event-маркетинг). Event marketing — событийный маркетинг - это систематическая организация мероприятий как платформы презентации товара (услуги) для того, чтобы с помощью эмоционального воздействия активизировать внимание целевой группы к товару (услуге).

Предметом исследования в данной статье являются инструменты event-маркетинга, особенности их применения и управления в компании «Adidas». Цель статьи – обзор инструментов организации event-маркетинга на примере компании «Adidas». Для этой цели автору статьи необходимо решить следующие задачи: Проанализировать конкурентное положение компании «Adidas»; Проанализировать организацию event-маркетинга в компании «Adidas»; Предоставить рекомендации.

Научная разработанность проблемы объясняется тем, что в настоящее время некоторые инструменты рекламы и маркетинга недостаточно хорошо

изучены, особенно это касается BTL технологий<sup>1</sup> – событийного маркетинга. До сих пор не существует литературных источников полностью посвященных данной теме. Например, в работах, таких авторов, как Алексунин В.А., Шарков Ф.И., Шишова Н.В. рассматривается событийный маркетинг и его основные свойства, но только в нескольких главах. Во многом компании действуют на рынке, основываясь на практику конкурентов и свой опыт.

В современном мире существует достаточное количество компаний, производящих спортивные товары и аксессуары, но наиболее популярными из них на рынке спортивных товаров в России являются такие компании, как: Adidas&Reebok, Nike, Puma, New balance. Остановимся подробнее на компании Adidas.

Компания Adidas – немецкий промышленный концерн, специализирующийся на выпуске спортивной обуви, одежды и инвентаря. Генеральный директор компании – Каспер Рорштед.

На протяжении уже 80 лет компания является символом успеха в мире спорта. Все чемпионаты мира по футболу были сыграны мячом компании Adidas. С 1992 по 2018 год Adidas является одной из наиболее динамично развивающихся компаний на спортивном рынке с самым высоким и стабильным ежегодным ростом продаж. На данный момент компания является крупнейшей в мире компанией, занимающейся производством и продажей спортивной обуви. Компани Adidas сотрудничает с Олимпийским Комитетом и ФИФА. На сегодняшний день у компании около 660 магазинов по России. Целевая аудитория компании Adidas – молодое поколение от 14 до 30 лет.

Что касается стратегических целей компании, то в середине февраля 2017 года генеральные директора компании в глобальном офисе представили стратегию развития компании до 2020 года. Стратегия с ключевым слоганом «Создавать новое» – эта стратегия нацелена на ускорение роста за счёт

---

<sup>1</sup> *Below-the-line (BTL) – это мероприятия по продвижению, не включающие в себя размещение прямой рекламы, формы стимулирования сбыта.*

существенного увеличения привлекательности бренда. Благодаря реализации стратегии компания рассчитывает увеличить валовый доход и чистую прибыль. Adidas ожидает рост прибыли без привязки к курсовым колебаниям валюты до 9% в год до 2020 года по отношению к ожидаемым результатам за 2016 год<sup>2</sup>. Согласно бизнес-плану, чистая прибыль Adidas будет расти быстрее, чем выручка – в среднем примерно на 15% в течение каждого года<sup>3</sup>.

Проведем анализ основных конкурентов компании Adidas. В таблице 1 представлена сравнительная матрица конкурентоспособности спортивных брендов.

**Таблица 1.**

**Анализ конкурентоспособности спортивных брендов**

<b>Факторы</b>	<b>Adidas &amp; Reebok</b>	<b>Puma</b>	<b>Nike</b>	<b>New Balance</b>
<b>Качество</b>	высокое	средний	высокое	средний
<b>Уровень цены</b>	выше среднего	средний	выше среднего	средний
<b>Ассортимент</b>	Большой ассортимент, рассчитанный на различные возрастные группы, разделенный на категории и направления спорта, широкий выбор	Средний ассортимент, много спортивной одежды, есть товар для покупателей среднего возраста	Большой ассортимент, разделенный на категории и направления спорта, широкий выбор	Средний ассортимент, нет четкого спортивного направления
<b>Частота обновления коллекции</b>	1 раз в месяц	3-4 раза в год	1 раз в 2 месяца	2-3 раза в год
<b>Количество магазинов в РФ</b>	620	40	50	11

Анализ конкурентоспособности компаний показал, что основной конкурирующей компанией того же уровня качества изделий, полноты ассортимента является компания Nike, которая работает в тех же ценовых

<sup>2</sup> По данным финансовой и бухгалтерской отчетности за 2016 год. Источник: <https://e-ecolog.ru/buh/2015/7714037390>

<sup>3</sup> На основе статьи, опубликованной на сайте: <https://www.s-bc.ru/news/adidas-Group-predstavila-svoj-biznes-plan-do-2020-goda.html>

категориях. Однако здесь видна разница в частоте сменяемости коллекции и в количестве розничных торговых предприятий на территории России. Кроме того, не стоит оставлять без внимания такие компании, как Puma и New Balance, которые работают в средней ценовой категории, что весьма привлекательно для регионального бизнеса.

Далее рассмотрим динамику объема продаж компаний за последние 3 года, с 2015 – 2017 год. Ниже представлена таблица 2 с данными по динамике объема продаж ключевых спортивных брендов.

**Таблица 2.**

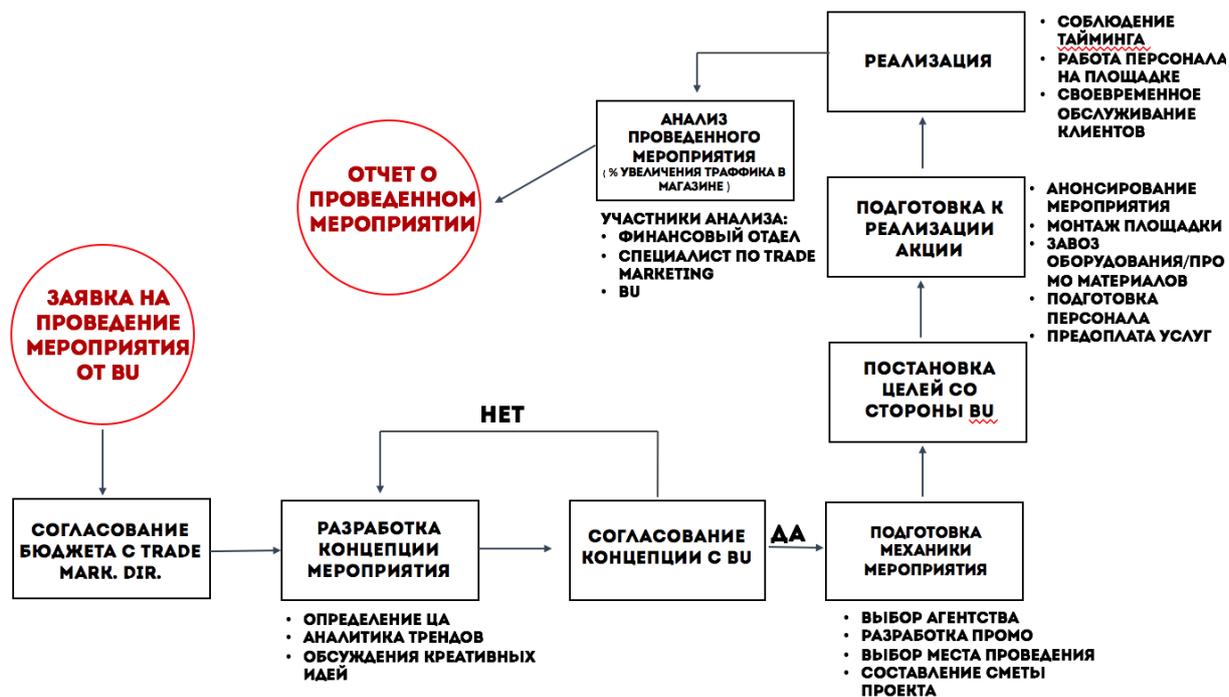
**Динамика объема продаж четверки лидеров (млрд. дол.)**

Год	Nike	Adidas & Reebok	New balance	Puma
2015	15,2	14	9	6
2016	18,4	19,6	7	5,2
2017	20	22	11	2,4

Как видно из таблицы 2, темпы роста продаж компании Adidas увеличиваются с каждым годом во много раз быстрее, чем у конкурентов. Например, с 2015 по 2016 гг. объемы продаж компании Adidas выросли почти на 6 млрд. дол. В первую очередь, такие показатели были связаны с освоением Adidas новых рынков, и как следствие увеличение количества магазинов по всему миру. Компания Nike за этот год так же показала прирост объемов продаж, но значительно ниже, всего на 3 млрд. долл. больше, чем за предыдущий год. Обратную же динамику за этот год показали две остальные компании: New balance и Puma. Отрицательная тенденция в этих компаниях была связана с резким увеличением доли основных конкурентов на рынке (Adidas и Nike) и отсутствию новых технологий в продукции компаний New balance и Puma.

Далее проанализируем бизнес-процессы подготовки и реализации event-маркетинга в компании Adidas.

Рассмотрим схему реализации маркетингового мероприятия в рамках событийного.



**Рисунок 1. Действующая схема реализации мероприятия в рамках событийного автора на примере компании Adidas (Разработано автором)**

Как видно (рис. 1), первым этапом организации мероприятия в компании Adidas является заявка от бизнес-отдела, который инициирует мероприятие. Точнее BU<sup>4</sup> перед запуском новой коллекции оценивает потенциальную реакцию целевой аудитории на данный запуск, если BU понимает, что данному запуску нужна поддержка, то направляет trade marketing директору заявку о мероприятии. Первым этапом директор по розничному маркетингу выделяет бюджет на проведение данной активации, после чего, вторым этапом, команда по trade marketing разрабатывает возможную концепцию мероприятия, которую в дальнейшем согласовывает с BU.

Если BU утверждает предложенную концепцию, то идем по схеме далее, при отклонении концепции trade marketing возвращается к этапу разработки мероприятия. После согласования команда trade marketing приступает к детальной подготовке механики мероприятия, после которой BU ставит четкие

<sup>4</sup> BU – business unit - отдел компании, группа менеджеров и специалистов, занятых одним делом, которые имеют самостоятельных цели и задачи, ведут самостоятельно категорию внутри компании.

цели по данному мероприятию. Когда цели поставлены, следующий этап – подготовка к реализации, после которого следует уже реализация и анализ проведенного мероприятия. Выходом данного процесса является отчет о проведенном мероприятии.

Весь процесс организации мероприятия составляет ориентировочно 7-8 недель, обычно первые 3-4 этапа занимают очень много времени, порядка 2-3 недель, из-за этого остальные этапы приходится проводить очень оперативно, чтобы успеть к запуску мероприятия без опозданий.

Далее перейдем к оценке эффективности организации event-мероприятий. Компания Adidas оценивает эффективность мероприятия по данным показателям:

1. Количество участников на мероприятии;

2. Прирост трафика в магазины Adidas в данных торговых центрах в сравнении с данными за прошлую неделю и с данными других сравнимых магазинов за неделю, когда была активация;

3. Прирост в продажах в магазинах Adidas в данных торговых центрах в сравнении с данными за прошлую неделю и с данными других сравнимых магазинов за неделю, когда была активация;

Данный подход оценки эффективности проведенных мероприятий, в понимании автора, не до конца проработан, так как оценка эффективности мероприятий и инструментов событийного маркетинга для формирования полной реальной картины его эффективности, должна вестись по много векторной шкале, с учетом всех ключевых критериев как на качественном, так и на экономическом уровне. Обоснованная и многомерная оценка результатов событийного маркетинга – важный и необходимый этап в системе управления созданием специальных событий и мероприятий в событийном маркетинге.

Поэтому для четких результатов, необходим обширный и комплексный анализ, со своей стороны автор статьи предлагает:

1. Составить методику оценки компании Adidas.

2. Добавить один из важнейших экономических показателей – точку окупаемости мероприятия, которую можно рассчитать по формуле:

$$ТОМ = \frac{ЗРМ}{Ц - ПИ} \quad (1),$$

где: ТОМ – точка окупаемости мероприятия; ЗРМ – затраты на реализацию мероприятия; Ц – цена реализуемого товара (услуг), при разнородности ассортимента используют средние показатели (руб.); ПИ – переменные издержки, при разнородности ассортимента также уместно использовать средние показатели (руб.).

3. Добавить показатель рентабельности продвигаемого в рамках этого мероприятия продукта по формуле:

$$РПП = \frac{П \times 100\%}{ЗРМ} \quad (2),$$

где: РПП – рентабельность продвигаемого продукта (%); П – прибыль, полученная от реализации продвигаемого продукта (руб.); ЗРМ – затраты на реализацию мероприятия (руб.).

4. Добавить показатель коммуникативной эффективности, ведущую роль из которых играет соотношение приглашенного количества участников мероприятия и реального количества участников, коэффициент охвата мероприятия можно рассчитать по формуле:

$$КОМ = \frac{КУМ}{КПМ} \times 100\% \quad (3),$$

где: КОМ – коэффициент охвата мероприятия (%); КУМ – количество участников мероприятия (чел.); КПМ – количество приглашенных на мероприятие – расчетное количество участников (чел.). Данный коэффициент показывает, насколько успешной была рекламная и информационная

поддержка мероприятия, и также может говорить о заинтересованности контактной аудитории в продукте, рекламируемом на мероприятии.

5. Просчитать CPC (Cost Per Contact – стоимость контакта) можно по формуле:

$$CK = \frac{ЗРМ}{КУМ} \quad (4),$$

где: СК – стоимость контакта (руб.); ЗРМ – затраты на реализацию мероприятия (руб.); КУМ – количество участников мероприятия.

6. Просчитать NPS (Net Promoters Score) – лояльность клиента к бренду по формуле:

$$\text{Индекс NPS} = \text{Доля сторонников} - \text{Доля критикующих} \quad (5),$$

Индекс NPS рассчитывается как разница между процентным соотношением «промоутеров» и «критиков» и показывает уровень клиентской лояльности.

Таким образом, для детального анализа организации маркетингового мероприятия автор предлагает использовать показатели, перечисленные выше. Просчитав данные по всем вышеперечисленным формулам – компания сможет получить общую картину проведенного мероприятия, сделать выводы, которые помогут в дальнейшем реализовывать мероприятия на высшем уровне и тем самым повысить конкурентоспособность компании на рынке.

### **Список литературы:**

1. Алексунин В.А. Маркетинговые и рекламные коммуникации. – М.: Дашков и К, 2014. – 196 с.
2. Анашкина Н.А. Event-маркетинг. Коммуникативный тренд в рекламе. // Н.А. Анашкина. / Омский научный вестник, № 5. – 2013. – С. 250 - 253.

3. Випперфюрт А. Вовлечение в бренд: как заставить покупателя работать на компанию. / А. Випперфюрт, пер.с англ. Кириченко А. – СПб. Изд-во «Питер», 2008. – 384 с.
4. Перепёлкин Н.А. Событийный маркетинг. Основы планирования корпоративных мероприятий / Н.А. Перепёлкин // Научный журнал «Экономика и предпринимательство» № 10 (ч.1), 2015. – С. 681-684
5. Романцов А.Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации. М.: Дашков и К., 2012. – 300 с.
6. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, PR, брендинг. – М.: Дашков и К<sup>0</sup>, 2014. – 324 с.
7. Шишова Н.В. Теория и практика рекламы. – М.: Инфра-М, 2015. – 299 с.
8. Allen D. Marketing Your Event Planning Business: A Creative Approach to Gaining the Competitive Edge / D. Allen, published by John Wiley & Sons, 2004. – 246 p.
9. Nufer, G. (2002). Effect of event marketing: Theoretical foundations and empirical analysis. Wiesbaden: DUV, 2002
10. Sandhusen R. Marketing / R. Sandhusen – N.Y.: Barron's Educational Series, 2008. – 520 p. 120. Sheth, J. Marketing productivity issues and analysis / J. Sheth, R.Sisodia // Journal of Business Research, Vol. 55 No.5, 2002.- P.P. 349-365.

## РУБРИКА 8.

### «ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

#### **ПОЛНОМОЧИЯ ПРОКУРОРА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПРОКУРОРСКОГО НАДЗОРА ЗА ИСПОЛНЕНИЕМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ПРОТИВОДЕЙСТВИИ КОРРУПЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УРГАНАХ**

*Газзалов Владислав Валерьевич  
магистрант, Стерлитамакского филиала БашГУ,  
РФ, г. Стерлитамак*

В настоящее время остро встает проблема коррупционных проявлений в системе органов государственной и муниципальной власти.

В современных реалиях уровень коррумпированности государственных и муниципальных органов остается высоким, и ни у кого не остается сомнений в необходимости организации действенного инструмента борьбы с коррупцией.

В статье рассматриваются полномочия прокурора при осуществлении прокурорского надзора за исполнением законодательства о противодействии коррупции в государственных и муниципальных органах.

Коррупция является опасным социально – политическим явлением, имеющим под собой экономическую подоплеку, и только благодаря использованию системного подхода к борьбе с коррупцией, сочетающего в себе предупредительные, карательные и праввосстановительные меры, можно добиться если не искоренения коррупции, то хотя бы уменьшения ее форм и проявлений.

И в данном случае для достижения указанной цели необходимо добиться слаженной работы и тесного взаимодействия законодательных, правоприменительных и правоохранительных органов, где одна из ведущих ролей отведена прокуратуре как органу, осуществляющему надзор за соблюдением антикоррупционного законодательства со стороны должностных лиц; как органу, осуществляющему активную роль, как в привлечении чиновников,

уличенных во взяточничестве, так и граждан, дающих взятки, к ответственности в установленном законом порядке; и как органу, выполняющему предупредительную функцию в части недопущения принятия законодателем правовых актов, содержащих в себе коррупциогенные факторы, открывающие широкие возможности для злоупотреблений чиновников.

В качестве основных составляющих надзорной деятельности органов прокуратуры противодействию коррупции можно обозначить следующие:

- выявление фактов, свидетельствующих о нарушениях положений Конституции Российской Федерации и норм антикоррупционного законодательства;
- осуществление надзора за соблюдением уголовно-процессуального законодательства в процессе расследования уголовных дел о фактах коррупции;
- поддержание государственного обвинения в суде по таким уголовным делам;
- мониторинг и анализ исполнения законодательства о противодействии коррупции и разработка предложений по его совершенствованию [1, с. 33].

Предмет прокурорского надзора за исполнением антикоррупционного законодательства включает выполнение обязанностей, установленных законодательством о противодействии коррупции. Например, к числу таких обязанностей можно отнести: соблюдение требований к служебному поведению государственного и муниципального служащего, достоверное предоставление сведений о доходах и расходах государственного и муниципального служащего и его близких родственников, соблюдение запретов и ограничений и другие обязанности и ограничения, установленные ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации», ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации».

Кроме того, в предмет прокурорского надзора могут быть также включены и нормативные правовые акты органов государственной власти и управления, акты государственных органов, органов местного управления и

самоуправления, коммерческих организаций и других организаций, связанные с применением законодательства о противодействии коррупции.

Например, при проведении прокурорской проверки прокурорским работником уделяется внимание актам инвентаризаций, документации, в которой содержатся сведения о распоряжении материальными средствами, организационно- распорядительным актам и др. [2, с. 35].

Полномочия прокурора, которые предоставлены ему для выявления нарушений законодательства о противодействии коррупции, аналогичны полномочиям на любом другом общенадзорном направлении и закреплены в ст. 22 ФЗ «О прокуратуре Российской Федерации».

Это право беспрепятственного входа в поднадзорные органы и организации по предъявлении служебного удостоверения, доступа к их документам и материалам; право требования представления необходимых документов, материалов, статистических и иных сведений; право вызова должностных лиц и граждан для объяснений по поводу нарушений законов и др.

Также в соответствии со статьей 9.1. ФЗ «О прокуратуре», регламентирующей проведение антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов, прокурор осуществляет антикоррупционную экспертизу нормативных правовых актов органов исполнительной власти РФ, органов государственной власти субъектов РФ, иных государственных органов и организаций, органов местного самоуправления, их должностных лиц.

В случае выявления коррупциогенных факторов в нормативном акте, прокурор вносит в орган, организацию или должностному лицу, издавшими этот акт, требование об изменении нормативного правового акта с предложением способа устранения выявленных коррупциогенных факторов или обращается в суд [4, с. 158].

Органы прокуратуры при осуществлении своих полномочий по проведению антикоррупционной экспертизы контролируют действующие нормативно правовые акты тогда как антикоррупционная экспертиза проектов нормативно правовых актов это прерогатива иных государственных органов,

независимых экспертов и экспертных организаций. Но в связи с тем, что на органы прокуратуры возложена нормотворческая функция на практике органы прокуратуры проводят и антикоррупционную экспертизу проектов нормативно правовых актов.

Коррупциогенность нормативных правовых актов (их проектов) выражается в основном в том, что усматривается широта дискреционных полномочий, в том, что принимается такой акт за пределами компетенции, в том, что имеют место завышенные требования к лицу, которые предъявляются для реализации права, принадлежащего ему, выборочном изменении объема прав и др.

Стоит отметить, тот факт, что действующее законодательство предусматривает две альтернативные меры прокурорского реагирования относительно обязанности изъятия из нормативных правовых актов коррупциогенных факторов: обращение в суд или направление требования. Это, как представляется, расширяет прокурорские полномочия в части предупреждения коррупции.

В качестве одного из преимуществ правового положения органов прокуратуры является то, что у прокуроров имеются возможности влиять непосредственным образом и добиваться исключения коррупционных факторов из нормативных правовых актов. Иные субъекты антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов (в частности, Минюст России и его территориальные органы, независимые эксперты и др.) не наделены подобным объемом полномочий. При этом, на наш взгляд, направление прокурорами требований (протестов) об изменении нормативных правовых актов в обязательном порядке должно предшествовать их обращениям в судебные органы с заявлениями о признании нормативных правовых актов недействующими и противоречащими их федеральному законодательству из-за того, что в них имеются коррупциогенные факторы.

Предварительное направление прокурорами требований в правотворческий орган и их рассмотрение даст возможность в минимальный срок обеспечить изменение нормативных правовых актов в части исключения из них

коррупциогенных факторов, а также позволит избежать дополнительных расходов государства на проведение разбирательств в суде. Если органы государственной власти и местного самоуправления откажут в удовлетворении требований прокурора относительно исключения коррупциогенных факторов из нормативных правовых актов, то в таком случае абсолютно оправданным и обоснованным будет использование прокурором возможности обращения в суд с соответствующим заявлением.

Таким образом, как верно отмечает А.Ю. Чаплыгина, антикоррупционная экспертиза нормативных правовых актов выступает в качестве правореализационного механизма, и целью такого механизма выступает предупреждение появлений в них коррупциогенных факторов, которые создают предпосылки для совершения коррупционных преступных деяний, и имеет большой профилактический потенциал относительно проявлений коррупции [3, с. 51].

При осуществлении надзорных мероприятий в сфере исполнения законодательства о противодействии коррупции прокуроры сталкиваются с определенными трудностями. К числу проблем относится противоречие положений ст. 22 Закона о прокуратуре и норм специального законодательства в сфере налоговых отношений, государственной регистрации прав на недвижимость. Положения специальных законов охраняют конфиденциальные сведения о гражданах, их имуществе, вкладах и проч., регулируют вопросы налоговой тайны, четко закрепляют круг лиц и органов, правомочных на получение тех или иных сведений (суды, следственные органы и т.д.).

Таким образом, полномочия прокурора при осуществлении прокурорского надзора за исполнением законодательства о противодействии коррупции в государственных и муниципальных органах аналогичны полномочиям на любом другом общенадзорном направлении. Особым полномочием является проведение антикоррупционной экспертизы нормативных актов.

## Список литературы:

1. Козлов Т.Л., Илий С.К. Прокурорский надзор за исполнением законов о государственной и муниципальной службе, противодействии коррупции // Вестник Всероссийского института повышения квалификации сотрудников Министерства внутренних дел Российской Федерации. 2016. № 2 (38). С. 33-43.
2. Синельщиков Ю.П. Перспективы развития законодательства о прокуратуре в сфере борьбы с коррупцией // Прокуратура: вчера, сегодня, завтра (Сухаревские чтения): сборник материалов II Международной научно-практической конференции. Академия Генеральной прокуратуры Российской Федерации. 2017. С. 34-44.
3. Чаплыгина А.Ю. Правовые основы проведения антикоррупционной экспертизы органами прокуратуры // Государственная власть и местное самоуправление. 2015. № 1. С. 51 - 53
4. Шестак В.А. О некоторых предложениях по совершенствованию законодательства в сфере противодействия коррупции // Вестник Московского университета МВД России. 2011. № 8. С. 158 - 159.

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

# МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:

*Электронный сборник статей по материалам VII студенческой  
международной научно-практической конференции*

№ 6 (7)  
Апрель 2018 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»  
125009, Москва, Георгиевский пер. 1, стр.1, оф. 5  
E-mail: [mail@nauchforum.ru](mailto:mail@nauchforum.ru)

16+

