

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



48 2019
ЧАСТЬ VI

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 48 (286) / 2019

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук (Узбекистан)
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максутович, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, декан (Узбекистан)
Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображен *Лайнус Полинг* (1901–1994), американский химик, кристаллограф.

Лайнус Полинг родился в Портленде (штат Орегон). Он был первым ребенком в семье немецких иммигрантов. Его отец был в то время коммивояжером для медицинской компании-поставщика, а со временем открыл свою собственную аптеку. Лайнус хорошо учился в школе, однако, твердо решив стать химиком, не стал доучиваться, чтобы получить сертификат об окончании образования, а поступил в Орегонский сельскохозяйственный колледж в Корваллисе учиться на химического инженера. Правда, мать в итоге заставила его оттуда уйти зарабатывать деньги. Но уже в 18 лет не по годам талантливый юношу пригласили преподавать аналитическую химию в колледже. После, уже в Калифорнийском технологическом институте в Пасадене, где он учился в аспирантуре, Полинг защитил докторскую диссертацию по результатам исследований в области рентгеноструктурного анализа неорганических соединений. Затем, получив государственную стипендию, он отправился в Европу совершенствовать свою научную подготовку. В Мюнхене, Цюрихе, а затем Копенгагене его учителями стали известные физики и химики Арнольд Зоммерфельд, Эрвин Шредингер и Нильс Бор.

Лайнус Полинг посвятил себя изучению атомной физики и квантовой теории. Вскоре он смог вплотную заняться квантовомеханической разработкой проблемы химической связи. В 1939 году была опубликована его книга «Природа химической связи», посвященная современной структурной химии. Эта монография до сих пор является настольной книгой химиков-теоретиков.

Полинг объяснил молекулярное строение вещества с применением вновь разработанных представлений о гибридизации атомных орбиталей и теории резонанса и мезомерии.

Теория резонанса помогла Полингу в исследовании строения молекул белков. Много времени он посвятил

также изучению способности антител обеспечивать иммунитет. За проведение этих исследований, которые наметили основные пути применения новейших достижений физики и химии в биологии и медицине, Полинг был удостоен звания лауреата Нобелевской премии по химии в 1954 году.

Круг интересов выдающегося американского ученого был чрезвычайно широк. Он много занимался проблемами питания и выработки иммунитета. Полинг полагал, что прием витамина С и других антиоксидантов в больших дозах может способствовать излечению от множества различных болезней, включая рак. Ученый ставил опыты на себе и своей семье. Хотя испытания на клеточных культурах животных показали, что при некоторых формах рака витамин С может уничтожать опухолевые клетки, но анализ проведенных двойным слепым методом медицинских исследований с участием сотен тысяч людей показывает, что влияние приема витамина С и других добавок-антиоксидантов на смертность от рака, сердечно-сосудистых и других заболеваний нейтрально или негативно, вопреки воззрениям Полинга. В целом вопрос полезности витамина С при лечении тяжелых заболеваний по-прежнему исследуется.

В признание научных заслуг Полинг был избран почетным членом пятнадцати академий наук. Результаты его исследований необычайно обширны; он автор более 250 выдающихся научных публикаций. Он также приобрел широкую известность как выдающийся педагог и популяризатор науки. Его «Общая химия» стала одним из лучших учебников для высшей школы.

Большое признание получила общественная деятельность Лайнуса Полинга как борца за мир: он был лауреатом Нобелевской премии мира, а также Международной Ленинской премии «За укрепление мира между народами».

Екатерина Осянина,
ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

- Кайль А. А., Еремия Т. В.**
Маркетинг в fashion-индустрии: возможности и особенности развития 423
- Кайль А. А., Еремия Т. В.**
Принципы и этапы планирования коммуникационного процесса..... 425
- Моисеева А. А.**
Использование знаменитостей в рекламных кампаниях..... 426
- Моисеева А. А.**
Как влияют блогеры на потребителей и почему это происходит 429
- Сарайкин И. В.**
Сравнение эффективности каналов коммуникации для продвижения студии производства видеоконтента в Интернете431
- Щербакова Е. В.**
Перспективы развития спортивного ритейла в России 433

СОЦИОЛОГИЯ

- Азявчикова А. И., Дудина В. А., Вороненко А. И., Азявчикова Т. В.**
Оценка влияния социальных сетей и других факторов на успеваемость студентов биологического факультета 438
- Хафизова В. Р.**
Проблемы территориальной мобильности молодежи Екатеринбурга..... 440
- Шакалова В. Г., Золотенко Е. А.**
Девиантное поведение как предпосылка и фактор правонарушений в подростковой и молодежной среде..... 442

ПСИХОЛОГИЯ

- Адольф С. А.**
Использование сказкотерапии в процессе коррекции недостатков речи старших дошкольников 445

- Березина А. М., Бакрадзе А. А., Переплетчикова М. О.**
Сновидения, галлюцинации и грезы447
- Зайцева В. А.**
Особенности уровня удовлетворенности педагогов трудом с разным типом мотивов профессиональной деятельности 449
- Клименко С. С.**
Факторы формирования психологического климата в коллективе.....451
- Косинова М. А.**
Исследование представлений о родительстве у женщин репродуктивного возраста посредством проективной методики «незаконченные предложения»: субъективно-семантический подход..... 453
- Мысак М. С., Матвеева В. О.**
Взаимосвязь социального интеллекта и профессионального выгорания молодых сотрудников органов внутренних дел 459
- Решетина А. Н.**
Социально-психологические условия развития управленческих компетенций сотрудников ИТ-сферы461

- Сединина Н. С., Касимова Р. М., Зейналов Х. Х.**
Взаимосвязь личностной тревожности и уровня нормального и патологического перфекционизма у студентов..... 464
- Шкуркина О. И.**
Сопровождение родителей в развитии детей с тяжелыми нарушениями речи 469

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

- Авдеев С. С.**
Поэтика логоцентризма в романах К. Маккарти..... 471
- Вахитова Н. А.**
Ансамбль Джосера, Древний Египет. Его составляющие и декор помещений474
- Селезнева И. А.**
Японская игра «Кагомэ Кагомэ» как способ формирования детского мировоззрения 475

ФИЛОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИКА

- Бойко А. Д.**
Военный дискурс в открытом информационном пространстве 481
- Ваттовани Ю. Б.**
Новости как неотъемлемая часть дискурса 483
- Волошкина О. Л.**
Диалектная лексика в рассказах В. М. Шукшина 485
- Орымбетова Н. Б.**
Приёмы раскрытия характеров героев в романе Т. Каипбергенова «Зеница ока» 487
- Пачколин В. А.**
Семантико-структурные особенности цикла романов Р. Желязны «Хроники Эмбера» 489

ТЕОЛОГИЯ

- Кадырова М. Т.**
Религиозные взгляды в борьбе с коррупцией 493

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ ҚАЗАҚСТАН

- Орынбек А. Ж., Султангалиева У. Ж.**
БҚО Орал қаласы, «Мирас» Шаруа қожалығындағы қолдан ұрықтандыру кезінде жіберілетін қателіктер 496
- Сансызбаева К. З., Айпеисова А. К.**
«Мәңгілік ел» ұлттық идеясы негізінде оқушыларда азаматтық — патриоттық тәрбиені қалыптастыру 497
- Уразова З. З., Абсейтова А. К.**
Қазіргі отбасы тәрбиесінде ұлттық құндылықтарды пайдалану мүмкіндіктері 500

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ O'ZBEKISTON

- Норқулов А. У.**
Ривожланаётган бозор муносабатлари шароитида ташқи иқтисодий фаолиятга оид шартномаларни фуқаролик-хуқуқий тартибга солинишининг умумий тавсифи 502
- Нурматова М. М.**
Ибн Халдуннинг фалсафий ва ахлоқий қарашлари 506

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Маркетинг в fashion-индустрии: возможности и особенности развития

Кайль Александра Андреевна, студент магистратуры;
Еремия Татьяна Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В статье рассматриваются стратегии маркетинга в мире моды, а также приоритетные направления развития модного бизнеса.

Ключевые слова: мода, fashion-маркетинг, маркетинговые коммуникации, рынок современной одежды.

Актуальность вопроса создания эффективных маркетинговых коммуникаций в мире fashion-индустрии стоит достаточно остро, так как от правильно разработанных маркетинговых инструментов зависит результат успеха взаимодействия между потребителем и производителем товара.

Мода по своей специфике многогранна. Она находится во взаимосвязи с различными аспектами жизнедеятельности людей. Во-первых, социологический аспект. Здесь мода — одна из форм, конкретный механизм социальной регуляции и саморегуляции человеческого поведения: индивидуального, группового или массового. Во-вторых, культурологический аспект. Мода — подражание образцу, удовлетворение потребностей в социальной опоре, так как наряду с подражанием мода удовлетворяет потребность в различии, выделении из общей массы. В-третьих, искусствоведческий аспект¹.

Учитывая отсутствие единообразного подхода к понятию и сущности моды в литературе выделяются три позиции:

- мода — «синхронно-замкнутая структура с определенным свойством: изменяться» (Ю. М. Лотман) [1];
- мода — «не только культурный феномен, но и социокультурный институт современного общества со свойственными ему функциями, структурой и формами» (П. А. Сорокин) [2];
- мода — «система групповых предпочтений, воплощающих в себе не только вкус, но и определенный, общий для многих способ поведения» (Т. Хилл).

Несмотря на многогранность указанных понятий очевидно следует, что содержание моды является динамическим, а не статическим процессом, который способен определять, распространять, прогнозировать и внедрять определенные ценности и образцы поведения в массы. Мода формирует вкусы субъекта, а также позволяет управ-

лять ими. В связи с чем разрабатываются именно те товары, которые присущи модному рынку в настоящий время.

На данный момент индустрия моды состоит не только из производства одежды, что было свойственно отрасли в первой половине XX века, но и включает в себя современные технологии, эстетику, а также функциональность. За успех функционирования бизнеса в fashion-индустрии отвечают дизайнеры, эксперты в различных областях, таких как материалы, доставка, логистика, специалисты разработки стратегий и так далее. Мода в равной степени связана с работой как дизайнеров, так и различных этапов производства, маркетинга, разработкой концепции продукта и выпуска его на рынок.

Одежда именно тот сегмент на рынке, которому присуще понятие мода. Рынок модной одежды в России имеет тенденцию к росту, в связи с увеличением спроса и повышением потребительской активности.

В виду того, что конкуренция среди представителей торговых марок модной одежды довольно высока, производители вынуждены выделяться не только за счет предлагаемого ассортимента, но также и проводя активную маркетинговую политику. Грамотно выстроенная маркетинговая политика обеспечивает стабильное нахождение брендов на рынке.

Fashion-маркетинг получил распространение в XX веке, в частности после второй мировой войны, так как именно в то время модная индустрия стала самой успешной и процветающей отраслью экономики. Именно в двадцатом веке появились такие дома как Шанэл, Кристиан Диор, Эльза Скиапарелли, Баленсиаго и т. д. Мода окончательно превратилась в социально-экономическое явление, не только отражающее перемены, происходящие в обществе, но зачастую их иницилирующее. Мода перестраивалась в зависимости от складывающихся обстоятельств в мире, геополитики, войн, развития науки и спорта. Благодаря маркетингу обеспечивается взаимодействие и контакты с потребителем. Именно маркетинг помогает бренду обратить внимание покупателя на предлагаемые одежду, обувь и аксессуары.

¹ Толкование понятия «мода» через призму жизнедеятельности человека [8]

Индустрия моды отличается высокой конкуренцией, в связи с этим для маркетинга важно разработать такие инструменты, которые позволят удерживать и завоевывать устойчивые позиции на рынке. Для реализации маркетинговых мероприятий зачастую используется концепция 4P.

Продукт. Для формирования лояльности потребителя к бренду необходимо грамотное управление продажами, а также прогнозирования спроса и доступность модной одежды для потребителя.

Продвижение. Продукт должен иметь ассоциацию с определенным ароматом или музыкой в магазине, у покупателя выстраивается определенный ассоциативный ряд, образ, соответствующий продукции бренда [4].

Цена. Для индустрии моды особо важно эффективно выстраивать ценовую политику, учитывая при этом такие факторы, как «цена на новую коллекцию» или «сезонные скидки».

Место. Территориальное расположение магазина модной одежды, а также имидж торговой зоны имеют большое значение. Выбор места расположения должно строиться с учетом конкуренции и уровня социально-экономического развития района, а также проходимость, наличием парковочных мест и так далее.

Здесь также стоит выделить такой маркетинговый инструмент на российском рынке модной одежды как коллаборации со знаменитостями (арт-директоры, фотографы, продюсеры, стилисты, визажисты, актеры, музыканты, модели, трендсеттеры, блогеры). Привлекая своих поклонников, известные личности дают возможность бренду расширить целевую аудиторию и повысить продажи. Личность, выбранная для такого сотрудничества, часто соответствует стилистике и философии бренда. В России, особо популярными становятся коллаборации известного художника Покрыса Лампаса с брендами одежды, косметики, а также площадками торговых центров, музеев и стадионов.

Мода вышла за рамки предпринимательской деятельности и служит в том числе реализацией задач, не связанных с получением прибыли. Так, например, использование отдельных форм одежды Армии России, привлечение модельера Юдашкина, а также создания собственного бренда одежды «Армия России» демонстрирует, что государство использует моду как маркетинговый инструмент для повышения престижа, узнаваемости и лояльности к деятельности государства в военной сфере.

Индустрия моды становится все более открытой и доступной, как для производителей товаров, так и для дизайнеров. Доступные всем ресурсы в интернете, в частности социальные сети позволяют создать и предоставить концепт продукта без предварительного запуска в производство,

для того чтобы отрегулировать количество товара, соответствующему спросу на него. Чаще всего к такой модели прибегают начинающие бренды с небольшим производством.

Важным этапом развития современной модной индустрии, а вместе с ней и fashion-маркетинга стал онлайн-шопинг. Прослеживается тенденция ухода магазинов в онлайн и закрытие офлайн магазинов, что связано не только с минимизацией расходов по содержанию места реализации товара, оплаты труда сотрудников, но и фактическим преобладанием интернет спроса потребителей на товары, по сравнению с традиционными способами.

Одним из важных инструментов также является точное маркетинговое планирование и прогнозирование, позволяющее определять тенденции грядущего сезона, от своевременности и точности прогнозов которого зависит успех коллекции и, соответственно, продаж.

Маркетинговые мероприятия такие как показы, модные шоу, реклама в СМИ, личные продажи, PR, взаимодействие с публичными личностями — все это стимулирует сбыт и активно используется производителями по всему миру, в том числе и в России.

Важной ролью в том станет ли бренд востребован в дальнейшем и узнаваем, принесет ли он успех или даже не запомнится потребителю играет правильно разработанные и подобранные конкретному бренду маркетинговые мероприятия и инструменты. Успех при таком конкурентном поле как на рынке модной индустрии в необходимости формирования и продвижении бренда с использованием эффективных маркетинговых коммуникаций.

Результатом рационального маркетинга может стать не только рост продаж, но и устойчивая приверженность потребителя к той или иной марке [5].

Выводы

Fashion-индустрия неразрывно связана с понятием моды и с той спецификой, основа которой заключена в самом понятии, которое рассматривается через призму нескольких аспектов: социологического, культурологического, искусствоведческого, экономического и других.

Реализация маркетинга в сфере модного бизнеса возможна благодаря концепции 4P и ряда маркетинговых инструментов. Они дают возможность наиболее точно определить предпочтения потребителя и сформировать его лояльность.

Современная fashion-индустрия характерна активными темпами смены модных тенденций, что в свою очередь обусловлено глобализацией, сменой климатических условий, индивидуализацией спроса потребителей и др. В виду всего происходящего маркетингологи строят прогнозы по поводу дальнейших изменений на рынке модной одежды, с тем чтобы каждый бренд нашел своего потребителя.

Литература:

1. Лотман Ю. М. Культура и взрыв. — М.: Прогресс. Гнозис, 1992. — С. 499.
2. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах истины, этики, права и общественных отношений. — СПб.: РХГИ, 2000. — С. 181.

3. Брюс М., Хайнс Т. Маркетинг в индустрии моды: комплексное исследование специалистов отрасли. — Минск: Гревцов Букс, 2011. — С. 11.
4. Линдстром М. *Psyology: Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя.* — М.: Эксмо, 2010.
5. Хайнс Т. Маркетинг в индустрии моды: комплексное исследование для специалистов отрасли/ Тони Хайнс, Маргарет Брюс. — Минск: Гревцов Букс, 2011. — С. 11.
6. Сайт Энциклопедия Маркетинга <https://www.marketing.spb.ru/>
7. Сайт FashionUnited.ru — B2B платформа индустрии моды <https://fashionunited.ru/>
8. Гофман А. Б. *Мода и Люди: новая теория моды и модного поведения.* — М.: Наука, 2004. С. 71; Иконникова С. Н. *Очерки по истории культурологии.* — СПб.: ИГУП, 1998. — С. 313.

Принципы и этапы планирования коммуникационного процесса

Кайль Александра Андреевна, студент магистратуры;

Еремия Татьяна Владимировна, кандидат экономических наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В статье рассматриваются этапы и принципы планирования коммуникационного процесса.

Ключевые слова: планирование коммуникации, бренд, маркетинговые коммуникации, реклама, маркетинг.

Актуальность вопроса планирования коммуникационного процесса стоит достаточно остро, так как от грамотно спланированной коммуникации и подобранных маркетинговых инструментов зависит результат успеха взаимодействия между потребителем и производителем товара.

Коммуникация является фундаментальной и сложной составляющей маркетинговых усилий любой организации [3]. В общих чертах, коммуникация описывает все сообщения, которые компания транслирует, чтобы сообщить ту или иную информацию своим потенциальным клиентам и другим заинтересованным сторонам. Эти сообщения могут использоваться в рекламе, прямом маркетинге, онлайн-контенте, социальных сетях, печатных материалах, материалах для связей с общественностью, презентациях по продажам, выступлениях и т. д. Маркетинговые отделы должны ставить цели, устанавливать метрики, определять аудиторию, выстраивать сообщения и внедрять тактику через различные каналы связи. Эффективно выстроенная стратегия коммуникации приводит к четкому пониманию аудитории компании, что в свою очередь позволяет построить прочные отношения и является двигателем для долгосрочного организационного успеха.

При планировании коммуникационного процесса ключевым этапом является аудит бренда или продукта компании, продвижение которого планируется [1]. На данном этапе собирается и анализируется вся информация о рекламируемом объекте, его маркетинговые характеристики. При проведении аудита во внимание берется история создания и развития бренда, а также корпоративная культура. История создания как инструмент коммуникации позволяет рассказать потребителям с чего компания начинала, историю отдельных личностей в масштабе компании, показывает эволюцию компании относительно общего прогресса общества и как она повлияла на этот самый прогресс. Существует масса ярких примеров того, как история компа-

нии становится историей общества и влияет на него, такими компаниями являются Apple, Coca-cola, Ferrero, KFC и многие другие. При аудите бренда так же анализируется преимущества или отсутствие такового относительно конкурентов, ценовое позиционирование бренда, его способы дистрибуции. Кроме вышеперечисленного анализа подвергается и экономические показатели бренда, прибыль, динамика бренда на рынке.

Невозможно планировать коммуникационный процесс в отрыве от анализа рынка, на котором присутствует бренд, а также общей составляющей экономического, социального и политического состояния страны. Анализ информации о закономерностях развития рынка включает в себя такие характеристики как размер рынка, скорость с которой он развивается, тенденции внутри страны и мировые в целом. Современным компаниям необходимо понимать, что рынок достаточно быстро развивается и в целом можно выделить 2 примера того, как производители и развитие технологий влияет на рынок по всему миру. Есть изменения, когда рынок постепенно модернизируется, например, с появлением телевизора, производители меняют форму на более актуальную, подходящую под современные реалии, то же самое происходило с телефонами и машина, а также многими другими аспектами жизни общества. Темп жизни и развития технологий задал вектор развития компаний, они стали привыкать к тому, что рынок может меняться в зависимости от прихода определенного продукта. Успеть за тенденциями, сделать продукт, отвечающий запросам общества, стало одной из главных задач современного рынка. Те, кто отрицали век технологий и не успели за темпами развития, остались за бортом. Примером такой компании является Kodak, отрицающие успех цифровых фотоаппаратов и отказывающиеся признавать, что их продукт пережиток прошлого, компания перестала являться лидером рынка, так как ры-

нок сам перестал быть в том виде, в котором изначально существовал.

Сегментация рынка так же важна при анализе, так как цена, способы дистрибуции и особенности продуктов влияют на то, в какой рыночной нише находится продукт и его конкуренты [2]. Оценка размера и потенциала сегмента определяет план маркетинга и стратегию позиционирования бренда. География и сезонность продаж, сравнение коммуникационной активности конкурентов, анализ их коммуникационных стратегий и распределение сил на рынке, все это в той или иной мере позволяет определить развитие продукта относительно рынка и конкурентов в целом, а также показывает на каком этапе развития находится сам рынок, какие игроки определяют вектор отрасли, качество продукции и технологическое развитие [4].

В то время как маркетинговые коммуникации играют определенную роль в развитии желаемой позиции, стоит отметить, что на самом деле клиенты принимают решение,

основываясь на более широком спектре факторов, включая упаковку, цены, производительность продукта, отзывы и рекомендации. Для эффективного планирования коммуникации, помимо понимания основных маркетинговых характеристик продукта и роли, занимаемой им по отношению к рынку, необходимо также проводить анализ потребительской среды. При рассмотрении потребителей анализируют социально-демографические и психографические характеристики. Одной из основных целей при исследованиях является выявление особенностей потребления в обществе того или иного продукта его конкурентов, мотивов или барьеров к потреблению. Выводами данного анализа являются определение лояльности к бренду, оценка рыночной перспективы отдельных сегментов в целом. Все это помогает выстроить грамотное позиционирование бренда в глазах потребителей. Планирование коммуникации позволяет сформировать и выразить целостное предложение, которое продукт компании предоставляет целевому покупателю и рынку.

Литература:

1. Патоша О. И. Антонова Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учеб. пособие / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. — М.: ИНФРА-М, 2016. — 325 с.
2. Калмыков С. Б. Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией: монография / С. Б. Калмыков, Н. П. Пашин. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 229 с.
3. Пономарева А. М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А. М. — М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. — 247 с.
4. Индустриальные стандарты. Выпуск 3. / Ассоциация Коммуникационных Агентств России. — М.: АКАР, 2015. — 220 с./электронный ресурс: http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_sprav2015.pdf.

Использование знаменитостей в рекламных кампаниях

Моисеева Анастасия Алексеевна, студент

Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В статье описываются плюсы и минусы привлечения известных личностей в рекламу для продвижения продукта, рассматриваются вопросы повышения узнаваемости бренда. Для этого используются данные из различных маркетинговых, социологических и психологических исследований. Дан обзор восприятия потребителями известных личностей в рекламных кампаниях, а также эффект от такой рекламы. В статье рассматриваются критерии выбора знаменитостей и особенности, на которые следует обращать внимание. Поднимаются вопросы рисков для компаний, связанных с привлечением медийных личностей.

Ключевые слова: рекламная кампания, реклама, использование знаменитостей, лояльность потребителя, привлечение знаменитостей.

При построении бренда большое внимание уделяется вербальным и визуальным идентификаторам, которые должны транслировать и доносить до потребителя ценности бренда.

Как один из визуальных идентификаторов С. А. Старов выделяет выдуманного персонажа. Под ним понимается персонаж, рекламирующий товар/услугу, который крепко ассоциируется с продвигаемым товаром. Этим персона-

жем может быть рисованное выдуманное существо, а может и живой человек.

Своими личными чертами выдуманный персонаж должен транслировать индивидуальность бренда. Поэтому перед тем, как приступить к выбору персонажа создатели должны определиться с его главными чертами и свойствами, которые будут вызывать доверие у целевой аудитории, а дальше и к бренду.

Классификация выдуманных персонажей Дж.Р. Росситера и Л. Перси:

- 1) Знаменитость;
- 2) Testimonial («рекомендатель»);
- 3) Игровой персонаж (анимация);
- 4) Эксперт.

Использование знаменитости — один из самых эффективных способов привлечь внимание к бренду, увеличить узнаваемость и лояльность среди потребителей.

Две основных задачи, которые решаются привлечением селебрити:

1. Повышение эмоциональной вовлеченности аудитории;
2. Построение, создание и/или усиление образа товара или бренда.

Чтобы использование знаменитости было эффективным, выбор не должен быть субъективным — следует провести исследования аудитории и их предпочтений.

Образ знаменитости содержит в себе много факторов: язык, на котором бренд коммуницирует с потребителем; транслируемые ценности, особенности и преимущества. А так как у каждого селебрити есть уже сложившийся имидж, важно, чтобы он эмоционально соответствовал позиционированию, тому коммуникации и самому бренду в целом.

В рамках использования знаменитости выделяют 3 основных направления:

- позиционирование товара;
- позиционирование услуги;
- формирование бренда.

На Российском рынке использование знаменитости, как один из элементов построения бренда, берет своё начало в политической рекламе советского времени, которая была направлена на формирование культа личности (пристраивалась прочная связь между образом политика и важными событиями: открытие нового завода, окончание войны и т. д.).

В 90-х, когда рекламный рынок начал активно развиваться, практика привлечения знаменитостей получила широкое распространение, как в коммерческой, так и в социальной. В современном мире это широко распространённая стандартная практика. Конечно, у неё есть свои плюсы и минусы.

Преимущества, использования знаменитостей:

- Легко привлекает внимание; потребитель чаще и активнее идёт на первый контакт с рекламный медиа, и после охотнее удерживает внимание и вникает в содержание;
- Слияние личности знаменитости с брендом: для потребителя известная личность — референтный и культовый образ, поэтому он проецирует на себя потребности звезды: если такой человек потребляет этот товар, то и я буду, потому что я не хуже/ чтобы стать таким же;
- Рекламное сообщение более живое и привлекательное, благодаря динамичному, экспрессионному, выразительному образу, созданному знаменитостью.

Недостатки, использования знаменитостей:

— Полное слияние личности звезды и бренда несёт в себе репутационные риски: любой скандал или предосудительное поведение знаменитости негативно скажутся и на бренде;

— Незапланированные издержки, если договором не оговорено количество и качество показов и контактов.

Этический аспект использования знаменитости в рекламной кампании связан прежде всего со следующими вопросами:

- На самом ли деле звезда пользуется товаром/ услугой?
- Разделяется ли селебрити ценности бренда в действительности?

Влияние рекламы на потребителя сильнее, если послание исходит от знаменитости. Это объясняется прежде всего тем, что люди стараются подражать своим кумирам, а также тот факт, что использование селебрити способствует быстрому запоминанию информации, от неё исходящей.

Несмотря на высокую цену подобных рекламных компаний, согласно маркетинговым исследованиям, подобные инвестиции быстро окупаются. Например, благодаря участию Майкла Джордана в рекламных кампаниях Nike продажи выросли почти в 2 раза. Или после кампании с Владимиром Спиваковым и Чулпан Хаматовой банк ВТБ 24 увеличил число депозитов, а также повысил имиджевые показатели бренда.

В России существует определённая специфика привлечения глобальных и локальных селебрити. Прежде всего это связано со скептицизмом в отношении российской знаменитостей — нет однозначного отношения, общество разделено на 2 группы: одной нравится та или иная медийная персона; у другой эта персона вызывает неприязнь.

Уровень жизни и менталитет так же накладывают определённые отпечаток на восприятие рекламы со знаменитостями. Согласно социологам, у российских людей в целом нет стремления подражать известным личностям, а использование в рекламе человека, воплощающего собой успех, вызывает только негатив. Отрицательные эмоции могут быть вызваны и тем, что жители России привыкли экономить и не могут позволить себе определённые товары.

Многочисленные исследования сводятся к тому, что в России рекламные кампании с использованием знаменитостей наиболее эффективны для аудитории 20–35 лет.

Важным аспектом для российского потребителя так же является образ героя рекламы. При выборе знаменитости важно изучить роли (чтобы не переносить впечатления на актёра, а через него на бренд), личную жизнь (отрицательный публичный образ — не лучший выбор для рекламы).

Многие исследователи сходятся во мнении, что использование медийных персон для рекламы целесообразно для товаров, ориентированных на молодую аудиторию (или тех, что «молодится»). Основанием для такого утверждения является тот факт, что мнения именно мо-

лодых людей во многом формируются под влияние опыта и мнения их кумиров.

Более взрослая аудитория делает выбор не эмоционально, а рационально, основываясь на практической информации, которую получают из авторитетных на их взгляд источников. Так, согласно исследованию Nielsen, 90 % потребителей доверяют мнению друзей и родственников, 70 % — отзывам в интернете, а более половины перед покупкой изучают информацию о товаре в социальных сетях.

Подводя итог, можно сказать, что использование знаменитости в рекламной кампании целесообразно в том случае, когда речь идёт о товарах, ориентированных на аудиторию, принимающую решение и делающую покупки эмоционально. Локальный рекламный рынок сложен исследованиями таких кампаний

- в открытом доступе нет информации о сумме гонораров знаменитостей — это затрудняет оценку экономической эффективности;
- отсутствуют унифицированные способы и методы оценки эффективности подобных сообщений.

С другой стороны, нет сомнений, что без эмоциональной составляющей ни одна реклама не будет эффективной и запоминающейся; даже для рациональной аудитории эмоциональный бенефит даёт первичный толчок к подробному изучению информации о той или иной марке/товаре/услуге. Поэтому, если ставить вопрос таким образом, использование селебрити, подходящим для донесения ценностей бренда, целесообразно и оправдано. Медийное лицо в подобных ситуациях помогает выстроить целостную гармоничную концепцию, главное здесь — правильно, с точки зрения целевой аудитории, выбрать персонажа.

Литература:

1. Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товара. — СПб.: Питер, 2000.
2. Кормилицын В. Формирование лояльности целевой аудитории к продукту/бренду с привлечением звезд шоу-бизнеса // Реклама. Теория и практика. — 2006. — № 3.
3. Старов С. А. Управление брендами: Учебник. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. — 500 с.
4. Березкина О. П. Product Placement. Технологии скрытой рекламы. СПб.: Питер, 2009, 208 с., стр. 49
5. Винокурцева Е. Звезды в рекламе: сколько они стоят и стоят ли этого, [электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ko.ru/articles/7172>
6. Грамматчиков А. «Товар лицом» [электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.profile.ru/arkhiv/item/39264-items_1293#.UueytRDHmwU
7. Гуторова М. «Любителей покупать в интернете не отвадить обманом», [электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aif.ru/money/тупmoney/35730>
8. Добровская М. Б. Использование бренда корпоративной туристической компании в привлечении VIP-клиентов. — Маркетинг услуг. 2005 № 4. С. 63–68
9. Исследовательское агентство [электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.acnielsen.ru/news.php?news_id=73
10. Леонтьева Л. С. Никитская Е. Ф. Проблемы инновационного развития России в контексте мировых тенденций // Интернет-журнал «Науковедение», 2012 № 4 [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/78evn412.pdf>
11. Понявина М. Б. Актуальные вопросы повышения узнаваемости товарного бренда посредством разработки новой упаковки. Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2014. № 36–1. С. 54–57.
12. Тамберг В., Философия выбора [электронный ресурс] — Режим доступа: <http://newbranding.ru/businessopfy/choice>
13. Попова И. Н. Алгоритм формирования и поддержания бренда розничной торговой сети // Интернет-журнал «Науковедение», 2014 № 2 [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/105EVN214.pdf>

Как влияют блогеры на потребителей и почему это происходит

Моисеева Анастасия Алексеевна, студент

Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

Влияние блогеров на покупателей огромно. На этот феномен можно смотреть с 2 сторон: со стороны рекламодателя, который использует блогера как инструмент для продвижения и продаже своего товара — и тут как раз кроет ответ на вопрос «как?»: для этого есть различные инструменты и факторы, которые нужно учитывать (охват, релевантность аудитории, авторитетность блогера и т. д.); со стороны самого покупателя — здесь уже мы находим ответ на вопрос «почему?»: почему продвижение через блогеров так эффективно, почему мнению блогеров доверяют.

Ещё несколько лет назад словосочетание «вести блог» означало, что человек прости пишет разного рода тексты на своей странице в соц. сети, сопровождая их картинками или фотографиями.

Но технологии не стоят на месте, и всемирная паутина стремительно развивается. Например, появление Youtube и других подобных ресурсы повлекло за собой возникновение нового понятия — влогер, они снимают видео на различные темы, собирают подписчиков по интересам.

Теперь блогер — собирательное понятие, описывающие всех публичных людей, которые успешно ведут свои странички в интернете. Это и авторы блогов (блогер в классическом понятии) и селебрити (актёры, певцы, политики, модели, спортсмены и т. д.) с регулярно выходящим контентом на определённый круг тем и большим количеством подписчиков.

Для рекламодателей блогеры прежде всего — медийные лица: за ними следят миллионы подписчиков, для которых мнение блогеров значимо, к нему прислушиваются.

Поэтому на блогеров возлагаются множество функций: привлечь внимание к бреду и заинтересовать продуктом, стимулировать покупку (как минимум пробную).

Блогеры имеют огромное влияние на потребителей. Почему? И как они это делают? Давайте же в этом разберемся.

У каждого блогера есть своя целевая аудитория, на которую он или она работает: их всех объединяют общие поведенческие черты, характерные для той группы людей, стиль жизни, увлечения и ценности. Это одна из вески причин, почему блогеров активно используют для рекламы, и почему такая реклама эффективно работает.

Результаты проведённых исследований и опросов показали, что блогеры наиболее эффективно работают для b2b и b2c товаров (или услуг).

b2b — потребитель товаров или услуг, предоставляемых организацией, не человек, а другая компания (бизнес). Это могут быть финансы, консалтинг, реклама (как услуга), технологии, инвестиции и т. д.

b2c — работа ведётся на конечного потребителя. Здесь речь идёт об одежде, автомобилях, аксессуарах и пр.

Конечно, такое разделение сфер условно и не до конца исчерпывающее, и нужно учитывать другие важные параметры: методы работы, условия рынка, эксклюзивность предложения. Но о какой бы сфере не шла речь, всегда есть одно общее важное правило: товар (услуга, информация), который блогер будет предлагать потенциальным покупателям, должен иметь высокое качество.

Оценка влияния блогера на целевую аудиторию проводится в два этапа.

Сначала оценивается сам блогер, а потом эффект, который он оказал или должен был оказать (но что-то пошло не так).

Для оценки самого блогера анализируется первичная статистика, показывающая количество подписчиков и месячное количество запросов, которое было сделано по этому блогеру (таблица 1).

Таблица 1

Блогер	Максимальное количество подписчиков, чел.	Месячное количество запросов, чел.
Блогер А	488 000	6 000
Блогер В	239 000	6 500
Блогер С	140 000	4 800
Блогер D	434 000	2 000

Это первый критерий, который (в совокупности с остальными) позволяет проанализировать влияние и эффективность рекламы на свою целевую. Это можно описать, как степень авторитетности блогера.

Также стоит сказать о сферах, представителями которых являются блогеры из таблицы.

— Один — представитель, так называемых, профессиональных блогеров (специалисты различных профессий, специальностей, областей знаний, требующих практики или совета: художники, стилисты, спортсмены, разработчики игр, повара и т. д.). Данный блогер разбирает и рассказывает о популярных играх (геймеры, летсплейщики и т.д).

— Второй ведёт свой блог в юмористическом стиле — у него уникальная комбинация юмора и жизни. Среди блогеров-юмористов так же есть профессиональные комедианты (КВНщики, стендаперы и т. д.), но много и любителей, смешных самоучек.

— Ещё одна сфера — life-канал, где вещание ведётся не обязательно в прямом эфире, но всегда об актуальных сейчас жизненных вещах.

— Последний освящает в своём блоге различные темы (нет определённой направленности).

У разных блогеров различного рода реклама будет стоить по-разному. Это зависит как от популярности самого блогера, так и сферы, в которой он работает и виде рекламы, которую он предоставляет. Все эти факторы в совокупности отражают второй критерий — глубина касания (таблица 2).

Таблица 2

Блогер	Реклама в уже популярном	Видео определённой тематикой, руб	с (если есть)	Тема (если есть)	Пост, руб	Реклама на страничке, руб	Примечания, доп. возможности
Блогер А	7000	1300		Игры	1300	2500	-
Блогер В	5000	40000 (со съемкой)		Юмор	3000	3000	Лайк+коммент – от 1000 руб.
Блогер С	3000	2500		Life-канал	1000	1000	Комплексная реклама
Блогер D	5000	5000		Разное	6000	10000	-

Сейчас в Интернете существует масса способов донести информацию, поэтому приведённый в таблице примеры — лишь мала общая часть. Способ и манера подачи часто во много зависят от самого блогера, его возможностей и умений. Рекламодатель может договориться о любом способе подачи информации, главное — сойти в цене.

Следующий критерий — соответствие образа блогера, его образа жизни, темы и контента блога с тем товаром или услугой, который будет рекламироваться.

Для этого нужно хотя бы по основным показателям проанализировать аудиторию блогера (насколько она совпадает с целевой бренда и продукта) и её вовлеченность в его контент. Сделать это можно различными способами:

1. Использовать сервисы анализа профиля;
2. Анализ соотношения между количеством подписчиков и лайками/комментами/репостами;
3. Анализ соотношения показателей в таблице 1;

4. Анализ образа, закрепившегося в сознании людей — комментарии, высказывания, упоминания и т. д.

Ещё один не менее важный критерий — это охват, т. е. количество людей, которые взаимодействовали с рекламой п число раз. Чем выше количество потенциальных потребителей, тем выше охват, поэтому важно выбрать правильного блогера с релевантной аудиторией и высокой вовлеченностью, а, следовательно, и высоким охватом.

Чтобы вычислить размеры охваченной аудитории, нужно проанализировать сколько человек увидело рекламный контент (статистика количества просмотров), прошло по рекламной ссылке, кликнуло на баннер и т. д.

Чем выше охват каждого конкретного блогера, тем меньше денег потрачено на привлечение одного потенциального покупателя через этот блог — существуют программы и сервисы, позволяющие отслеживать, откуда человек пришёл на страницу продажи, аккаунт и т. д. (таблица 3).

Таблица 3

Блогер	Затраты на рекламу/месяц, руб.	Число просмотров	Стоимость привлечения 1 покупателя
Блогер А	140 000	140 000	1
Блогер В	100 000	110 000	0,9
Блогер С	60 000	85 000	0,7
Блогер D	40 000	70 000	0,57

Из всего выше сказанного вытекает вывод, что влияние блогеров на аудиторию высоко и неплохо окупается, при условии, что блогер правильно подобран и релевантен для целевой аудитории продукта и бренда в целом.

Также стоит сказать о том, почему же реклама через блогеров так влияет на покупателей, с точки зрения самих покупателей.

В процессе покупки около половины покупателей ищут информация о том, что они хотят купить: отзывы в интернете, спрашивают напрямую, читают обзоры, консультируются со специалистами и т. д.

Процесс принятия решения о покупке — сложный механизм. Когда потребитель приходит в магазин (как оффлайн, так и онлайн), как правило, у него уже сложилось представление о достоинствах и недостатках товара. По мнению маркетологов и социологов в последние несколько лет покупатели в большей степени отдают предпочтение «информированным» покупкам, и частота импульсивных — снизилась.

Долгое время (часто и сейчас) лучшим способом «продвинуть товар» была рекомендация знакомых, друзей, коллег, родственников, т. е. людей, которых мы непосредственно знаем и чьему мнению доверяем. Но в современном мире по мима «личной» рекомендации люди прислушиваются к мнению блогеров, которые вызывают доверие и советуют их ценностям.

По данным исследований, проведённых Social Media Matters, среди потребительниц блогерского контента 88% женщин доверяют информации и рекомендациям блогеров, которых они активно и регулярно читают.

Половина из них объясняют это тем, что покупки, которые они совершали по рекомендациям в блогах, оказались очень удачными и оправдали их ожидания. Это мнение разделяют исследователи Forbs. А аналитики сервиса Getblogger вообще пришли к выводу, что мнению блогеров, которых любят и знают, вызывают больше доверия, чем классическая реклама.

Блогосфера очень стремительно взорвалась в нашу жизнь, и сейчас уже можно говорить, что блогеры отчасти формируют рынок, влияя на потребительское поведение намного сильнее, чем компании могли себе представить.

Сравнительно недавно, лет 5–7 назад, классическая реклама вызывала намного больше доверия, и ассортимент в магазинах был намного беднее. Сейчас же от разнообразия на полках разбегаются глаза, а обычная реклама, к сожалению, слишком часто стала однотипной и шаблонной.

Конечно, этому способствовали многие факторы — кризис 2014 года (который привёл к тому, что большинству брендов приходится выживать в новой экономической реальности — как с точки зрения производства, размещения, так и с точки зрения потребительского поведения — люди стали экономить, произошло тотальное перераспределение бюджета, теперь они стали ещё более чувствительны к ценам и требовательны к обоснованию тех или иных платежей), конкурентная война ни на жизнь, а на смерть (новые глобальные бренды пришли на российский рынок, появилось множество локальных компаний и аналогов), ужесточения закона о рекламе (стало меньше возможностей для манёвра и нестандартных подходов) и т. д.

Так что факт остаётся фактом — обычно рекламы уже недостаточно, поэтому без «естественной» рекламы, обзоров, рейтингов уже не обойтись.

Конечно, надо учитывать, что наибольшее влияние оказывают блогеры, которые вызывают доверие, которые не «продают в лоб» различные товары, у которых в блоге не каждый второй пост рекламный (часто доходит до смешного, что рекламируется всё сразу, без какой-либо выборки

и оценки релевантности). Ведь потребитель хочет своего рода друга, а торгаша, для которого главное — продать и самому обогатиться.

На мой взгляд, слова блогеров (которым ты доверяешь, и знаешь, что он не будет советовать вещь, которую не попробовал на себе) вызывают такой эффект ещё и потому, что ты понимаешь — этот человек не просто написал пост или снял видео, он проделал огромную работу: изучил материалы, какое-то время тестировал продукт, сравнил с аналогами (если был опыт) и т. д.

Это становится показателем для людей, это не просто реклама, а живой человек, который находился в таких же условиях, что ты — у него так же может случиться аллергия, ему будет неудобно или сложно, ему может просто не понравиться — ты точно будешь знать, за что ты отдаёшь деньги.

Кроме того, существует ещё такой момент, что под влиянием блогера часто покупается сверх того, что планировалось или было нужно — это ещё один аспект влияния, которое оказывают блогеры на покупателей. Увидев в магазине вещь, которая мелькала в твоей ленте или в видео у любимого блогера, и если можешь себе её позволить — почему бы и не попробовать и не прикупить ещё и её, даже если пришёл совсем за другим.

Влияние блогеров на потребителя существует в двух плоскостях: со стороны рекламодателя и со стороны непосредственно потребителя. Эти два аспекта тесно связаны между собой и один не может существовать без другого. Но факт огромного влияния блогеров на покупателей неоспорим, и его размеры с каждым годом становятся всё более и более впечатляющими.

Литература:

1. <http://www.cossa.ru/sandbox/118274/>
2. <https://www.forbes.com/sites/kylewong/2014/09/10/the-explosive-growth-of-influencer-marketing-and-what-it-means-for-you/#6ba7697052ac>
3. <https://www.svoboda.org/a/28646696.html>
4. <https://kaksozdatsvojblog.com/komu-oni-doveriyayut-blogery-privlekayut-bolshe-klientov-chem-znamenitosti/>
5. <https://rb.ru/longread/influencer-marketing/>

Сравнение эффективности каналов коммуникации для продвижения студии производства видеоконтента в Интернете

Сарайкин Илья Валерьевич, студент магистратуры;

Научный руководитель: Пратусевич Виктор Роальдович, кандидат физико-математических наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В статье рассмотрены результаты проведенного автором исследования в сфере Интернет-рекламы. Был проведен сравнительный анализ эффективности каналов получения заявок в Интернет. Были выбраны такие каналы контекстной рекламы как Яндекс.Директ и Google Adwords.

Интернет-реклама — это реклама, которая доставляет рекламные сообщения посредством Интернет. [1] Контекстная реклама — вид Интернет-рекламы, который широко распространен и популярен в настоящее время. Рекламные объявления показываются пользователю тогда, как он действительно заинтересован в каком-либо товаре или услуге. Преимуществами контекстной рекламы являются таргетированность, веб-аналитика и интерактивность. [2]

Рис. 1. Контекстная реклама в Яндекс

В рамках данного исследования был проведен сравнительный анализ эффективности инструментов контекстной рекламы, а именно Яндекс.Директ и Google Adwords. Были созданы и запущены рекламные кампании с идентичными ключевыми словами и текстами объявлений с учётом специфики рекламных площадок. В качестве позиции были выбраны первая и вторая позиция над органической выдачей. Весь трафик приходил на одну и ту же посадочную страницу.

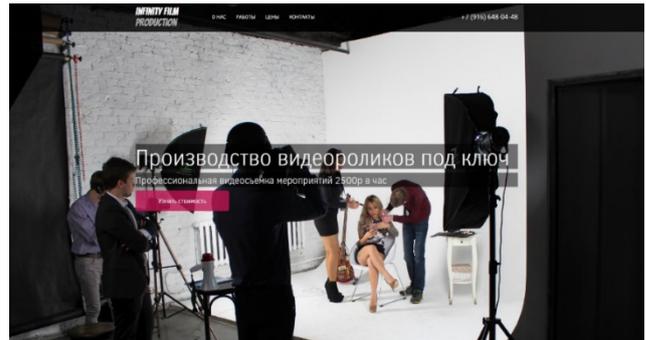
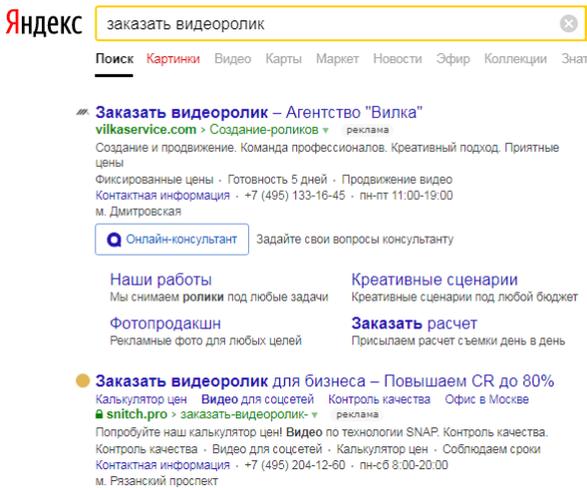


Рис. 2. Посадочная страница студии видеосъемки

Время показа объявлений с 9:00 до 21:00. Рекламные кампании были запущены на срок 50 дней.

Рекламные объявления выглядели следующим образом.

Ключевое слово	Текст объявления
Видеосъемка мероприятий	Акция! Профессиональная видеосъемка Москва! Цена 2500 руб. в час! Звоните!
Видеоролик для сайта	от 50.000р! Сделаем видеоролик для сайта за 7 дней! Работа по договору! Жмите!
Заказать видеооператора	Акция! Закажите видеооператора за 2500 р/ч! Получите скидку 5%! Звоните!
Видеосъемка цена	Акция! Профессиональная видеосъемка 2500р/ч! Скидка 20%! Звоните!
Видеооператор Москва	Акция! Закажите профессионального видеооператора в Москве! Цена 2500р/ч! Звоните!
Заказать видеомонтаж	Акция! Закажите услугу видеомонтажа! Видеомонтаж «под ключ»! Звоните!
Корпоративный ролик	от 130.000руб! Закажите корпоративный ролик у профессионалов! Звоните!
Видеосъемка праздников	Акция! Закажите профессиональную видеосъемку праздника! 2500р/ч! Звоните!

После запуска рекламных кампаний мы получили следующие результаты.

Таблица 1

	Директ	Adwords
Средняя цена клика	86,9	69,5
Кликов	920	1151
Заявок	82	103
Стоимость заявки	975	776

В ходе анализа полученной статистики мы сделали вывод, что CPA (Cost per click)[5] ниже в системе Google Adwords, именно данная система будет выгодней для рекламы компании по производству видеоконтента. Для сферы видео-

производства и конкретной ниши в данной отрасли эти результаты актуальны, говоря про другие сферы деятельности необходимо проверять эффективности, запуская рекламные кампании и анализируя результаты.

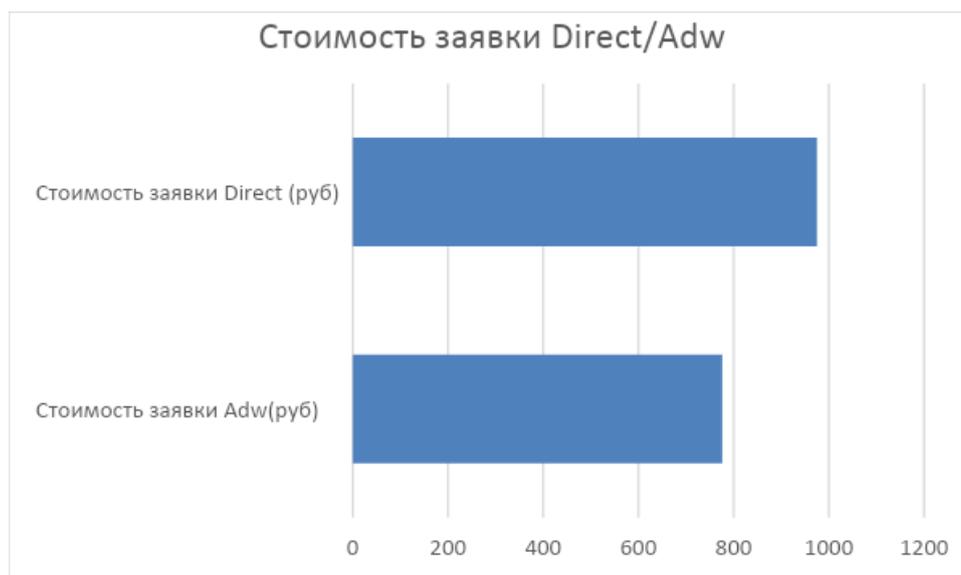


Рис. 3. Сравнение стоимости заявки

Литература:

1. Белоусов А. А., Королёв Н. Ю. Все о заработке в интернете; Издательство «АСТ» — М., 2014. — 288 с.
2. Винарский Я. С., Гутгарц Р. Д. Web-приложения в интернет-маркетинге. Проектирование, создание и применение; ИНФРА-М — М., 2015. — 270 с.
3. Бабаев А. Контекстная реклама: учебник. — Издательский дом «Питер», 2013.
4. Данилина М. В., Дейнекин Т. В. Инструментарий интернет-маркетинга и его значение в современной экономике // Интернет-журнал Науковедение. — 2014. — №. 6 (25).
5. Кирпичева М. А., Магомедова Г. М. Особенности разработки рекламной кампании в Интернете // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. — 2015. — №. 4–1. — С. 153–158.

Перспективы развития спортивного ритейла в России

Щербакова Екатерина Всеволодовна, студент

Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В статье рассмотрены динамика российского рынка спортивных товаров на современном этапе, выделены факторы, объясняющие положительную динамику спортивного ритейла в России, рассмотрены структура продаж спортивных товаров, по оценкам аналитиков выделены Топ-10 магазинов, занимающие более 2/3 российского рынка спортивного ритейла. Сделаны выводы об увеличении доли на рынке спортивных сетевых магазинов.

Ключевые слова: спортивный ритейл, рынок спортивных товаров, объём продаж, спорт, бренд, онлайн-продажи.

Динамика международного рынка спортивных товаров. Рынок спортивных товаров в мире по мнению множества экспертов можно отнести к числу одного из крупнейших, ведь за последние годы его объём по некоторым оценкам составил более \$ 200 млрд в год. В рынок спортивных товаров входят не только крупные международные корпорации, но также и сотни тысяч компаний малого и среднего бизнеса, которые обеспечивают миллионы рабочих мест и вносят весомый вклад в ВВП своих

государств. Лидерами по объёмам продаж являются категории спортивного снаряжения и спортивной одежды, а замыкает тройку лидеров спортивная обувь.

Наиболее активными потребителями спортивных товаров являются жители стран США и Европы. Большая часть (более 70 %) всего мирового производства спортивной продукции приходится на Китай, однако в этой стране пока нет ни одного собственного раскрученного спортивного бренда.

Динамика российского рынка спортивных товаров. Современный российский рынок розничной торговли спортивными товарами обладает инертностью и большим потенциалом развития.

Ещё недавно практически все магазины спортивных товаров были ориентированы на продажу дорогих известных мировых брендов. Но за последние годы произошло изменение понимания целевой аудитории. Теперь компании, вышедшие и закрепившиеся на российском рынке, стали значительно расширять ассортимент, ставя в приоритет

потребителей со средним заработком. В связи с чем значительно расширился ассортимент товаров менее известных марок.

Стоит отметить, что всё больше в сетевых магазинах стала появляться продукция отечественных производителей спортивных товаров, которая соответствует европейским требованиям и стандартам, изготовленная из высококачественных материалов на современном оборудовании.

На рисунке 1 представлена динамика рынка спортивных товаров в России.

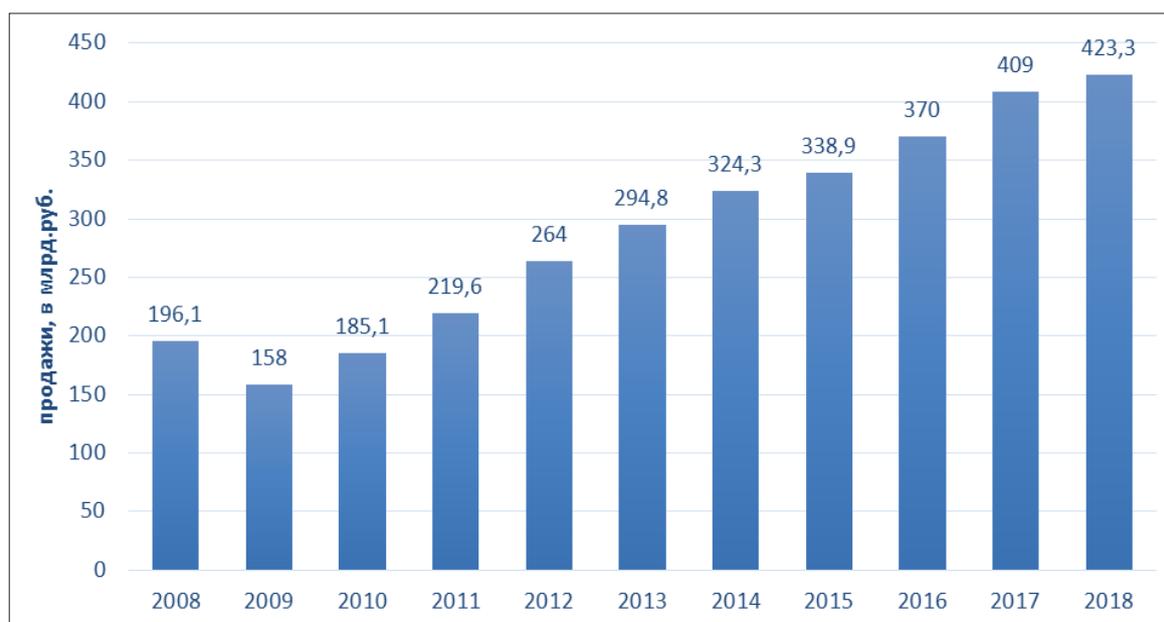


Рис. 1. Динамика рынка спортивных товаров в России [3]

Как видно из рисунка 1, можно наблюдать стабильный рост рынка за последние 10 лет, в среднем на 15–17% в год. Отрицательный показатель был зафиксирован только в 2009 году, затем рост снова восстановился.

Среди факторов, объясняющих положительную динамику спортивного ритейла в России, можно выделить следующие:

- рост популярности здорового образа жизни россиян. Около 60% россиян занимаются спортом с той или иной периодичностью, из них 17% тренируются ежедневно, а 22% — несколько раз в неделю [4].
- потребители «среднего класса» являются основными потребителями спортивных товаров;
- стремительный рост числа торговых центров, практически в каждом из которых представлен минимум один спортивный сетевой магазин;
- растёт мода на спортивный стиль у массового потребителя. Популярность спортивного стиля (casual, life style, sport fashion) у россиян связана не столько с интересом к спорту, сколько с модой на здоровый образ жизни, распространением молодежных тенденций на рынке одежды и обуви. Большинство

неспортивных и спортивных брендов выпускают одежду и обувь на стыке спорта и моды. Наиболее известные и покупаемые марки спортивной одежды и обуви в России: Adidas, Reebok, Puma и Nike.

Структура продажи спортивных товаров.

Наибольшую долю (62%) в структуре объема рынка занимают продажи спортивной одежды (40%) и обуви (22%). 28% составляют продажи спортивного инвентаря и 10% — тренажёры (рисунок 2).

В структуре продаж спортивной одежды и обуви на российском рынке лидируют футболки и майки (41%), спортивные костюмы (29%), спортивные куртки (3%), шорты и брюки (4%), купальники (1%), спортивная обувь (22%) (рисунок 3).

Спортивные сети на российском рынке.

Спортивный сегмент на российском рынке неоднороден, его составляют как узкоспециализированные игроки со сложным профессиональным снаряжением, так и mass market спорт-фэшн из привычных нам брендов.

ГК «Спортмастер», ГК «Адидас» и «Декатлон» остаются лидерами российского рынка розничных спортивных сетей по объёму выручки в 2017–2018 г. (рисунок 4).

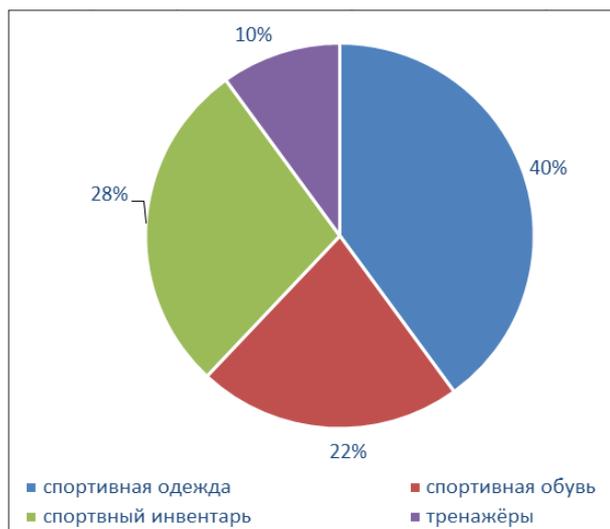


Рис. 2. Доля продажи спортивных товаров [3]

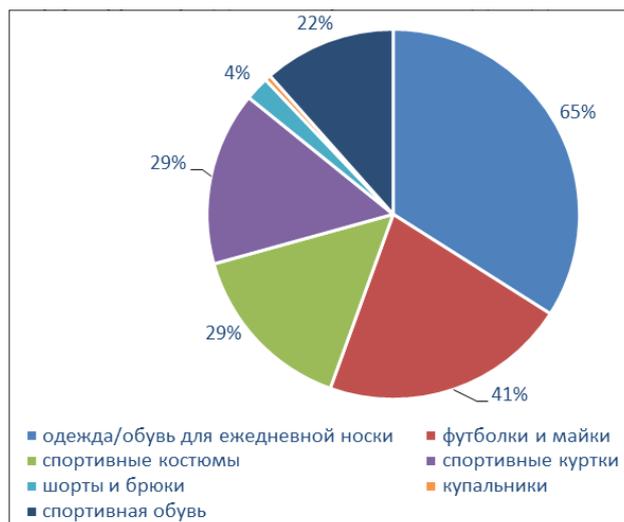


Рис. 3. Структура продаж спортивной одежды и обуви [3]

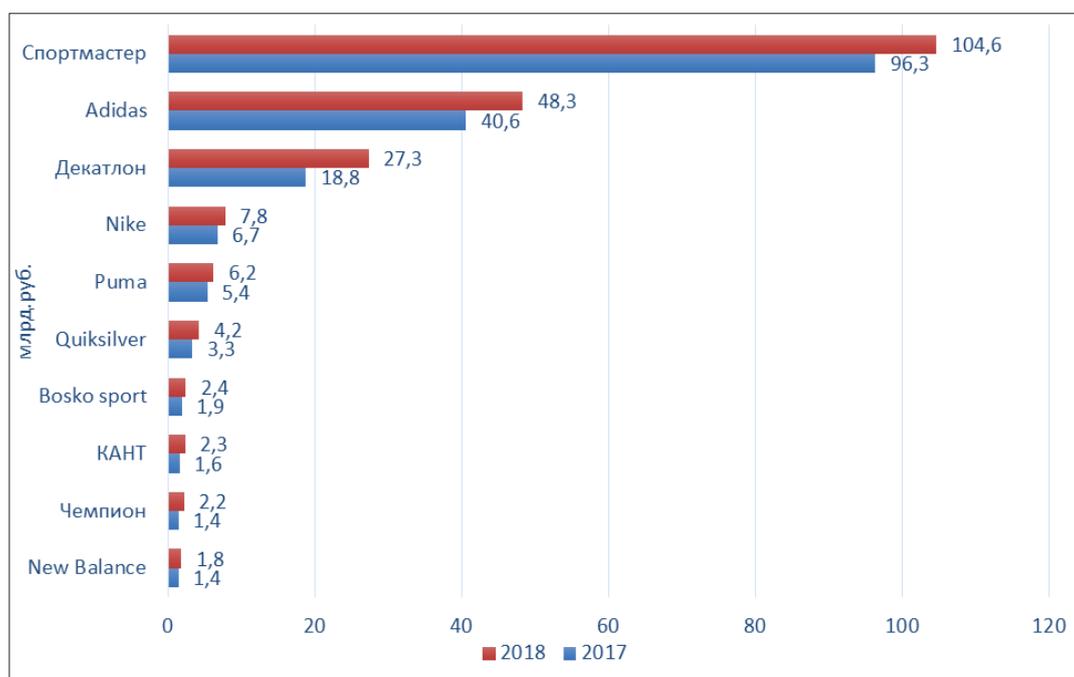


Рис. 4. Выручка Топ-10 спортивного ритейла [2]

Топ-10 сетевых магазинов занимают более 2/3 российского рынка спортивного ритейла.

1. Группа компаний «Спортмастер». ГК «Спортмастер» — международная сеть магазинов по продаже спортивных товаров. На протяжении двух десятков лет компания стремительно поднималась среди остальных представителей сегмента и достигла неповторимых высот. На сегодняшний день компания «Спортмастер» возглавляет Топ-10 сетевых спортивных магазинов в рейтинге самых прибыльных и известных розничных сетей, и является генеральным партнером множества турниров и соревнований, в том числе Олимпийских игр.

На начало 2019 г. Компания насчитывает 515 торговых объектов в крупных городах России, активно расши-

ряет пункты выдачи интернет-магазина, а также открывает монобрендовые магазины собственных и дистрибутируемых торговых марок.

2. Группа компаний «Adidas». Компания «Adidas» управляет 2464 магазинами по всему миру. В 2017 году ритейл провел в России масштабное сокращение магазинов — более 240 магазинов в 43 городах России. Однако Россия остается для «Adidas» одним из ключевых рынков. В дальнейшем планируется полный отказ от физической розницы в пользу онлайн-продаж.

3. Французская сеть Decathlon (Декатлон). Международная сеть Декатлон завоевала известность, предлагая под одной крышей товары для более чем 70 видов спорта. В России компания популярна среди спортсменов-любите-

лей, которых привлекает оптимальное соотношение цены и качества. На территории России представлено 56 магазинов в формате супер- и гипермаркет. С весны 2018 года ритейл стал открывать в России отдельно стоящие объекты (до этого магазины открывались в торгово-развлекательных центрах).

4. Американская сеть Nike. Первый фирменный магазин Nike был открыт в Москве при поддержке Delta-МТИ в 1994 году. С 2003 года компания начала работать в России самостоятельно. В 2016 году Nike запустила в России интернет-магазин. Сегодня Nike насчитывает 157 магазинов в крупнейших городах страны, годовой оборот оценивается более чем в 11 млрд рублей.

5. Немецкая сеть Puma. Сегодня Puma — это международная компания, выпускает модную одежду спортивного стиля, а также экипировку для спорта: футбола, авто и мотоспорта, бега и легкой атлетики, гольфа, регби и фитнеса.

Первые магазины Puma в России были открыты в 1999 году. Сегодня Puma работает в 11 крупнейших городах страны, оперируя сетью из более чем 40 монобрендовых магазинов. В Москве открыто 9 магазинов Puma с расположением в лучших торговых центрах города, а также 7 дисконтов.

6. Австралийская сеть Quiksilver. Компания основана в 1969 году. Quiksilver — один из крупнейших производителей обуви, одежды и аксессуаров для серфинга, сноубординга, скейтбординга и схожих видов спорта, которые продаются под брендами Quiksilver, DC Shoes, Roxy. В России у компании 57 магазинов.

7. Российский бренд Bosco Sport («Боско Спорт»). Марка Bosco Sport возникла в 2001 году, и вскоре вошла во Всемирную ассоциацию производителей спортивной одежды. Каждая коллекция Bosco Sport разрабатывается дизайнерами компании, и затем шьется на итальянских, турецких и китайских фабриках. Главная особенность дизайна одежды Bosco Sport — использование цветов национального флага РФ (белый, синий, красный), а также узоров, напоминающих мотивы русских народных промыслов. Среди них — узор «Жар-Птица» и «Перо Жар-Птицы».

8. Российская сеть «КАНТ». Группа компаний «КАНТ» основана в 1989 году и включает в себя 21 спортивный магазин в крупных городах России, старейшую горнолыжную школу «Нагорная», одноименный спортивный комплекс на м. Нагорная, ресторан Альпийской кухни «Шале», теннисные корты, тренажерный зал, батутный комплекс, пункты проката и сервисные центры.

Ритейл специализируется на таких видах спорта, как горные лыжи, сноубординг, беговые лыжи и бег, туризм, альпинизм и велоспорт.

9. Российская сеть «Чемпион». Сеть спортивных магазинов «Чемпион» — федеральная сеть спортивных магазинов, которые представлены в таких городах как Уфа, Стерлитамак, Салават, Нефтекамск, Оренбург, Тольятти, Казань. Сеть работает в двух форматах: спортивные су-

пермаркеты медиум-класса и спортивные супермаркеты эконом-класса.

Сеть «Чемпион» направлена на потребителей с разными доходами, которые занимаются профессиональным спортом или просто любителей.

10. Американский бренд New Balance. В 2011 в ТРЦ «Метрополис» состоялось долгожданное открытие первого в России магазина спортивной обуви и одежды New Balance.

Сегодня сеть New Balance представлена в Москве, Санкт-Петербурге, и Ростове-на-Дону. В них можно купить как спортивную одежду и кроссовки New Balance, так и lifestyle для повседневного использования.

Таким образом, перспективы развития спортивного ритейла в России заключаются в следующем:

1. Современный рынок спортивного ритейла более консолидирован по сравнению с другими российскими рынками. Ожидается, что в ближайшее время игроки увеличат свою долю на рынке. В крупных городах, таких как Москва, Санкт-Петербург уже произошло перенасыщение, поэтому в планах ритейла — выход на региональные рынки и развитие франчайзинга. К примеру, ГК «Спортмастер», развивает в стране, несколько франшиз: «Спортландия», «Columbia» и «Weekender».

2. Спортивный ритейл постепенно переходит на онлайн-площадки.

Потребители массово переходят на шопинг в сети, а объемы средств, которые розничные продавцы инвестируют в технологии, прогрессивно растут. Таким образом, компании стремятся повысить свою ценность для потребителей, улучшить репутацию бренда и сам клиентский опыт. Интернет стал бизнес инструментом, преобразившись из информационной базы в торговую систему. Например, немецкий производитель спортивной одежды «Adidas» продолжит закрывать магазины в рамках наращивания объемов онлайн-продаж. К 2020 Adidas рассчитывает увеличить доходы от онлайн-продаж в два раза — до €4 млрд.

3. В настоящее время государство уделяет большое внимание спорту и здоровому образу жизни. По данным Министерства спорта РФ, сейчас в России спортом занимаются около 50 миллионов человек. К 2024 году этот показатель должен вырасти до 55% (до 80 миллионов человек).

Национальный проект «Демография» является одним из ключевых национальных проектов в России на период с 2019 по 2024 год, в рамках которого предстоит реализовать программу «Спорт — норма жизни», финансирование которой составляет 150 млрд руб. В рамках федерального проекта будут построены спортивные комплексы по всей России, футбольные поля, катки, физкультурно-оздоровительные центры, которые создадут новое качество занятий спортом.

Проект направлен на содействие в формировании и реализации Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года на региональном и федеральном уровнях и на реализацию задач, поставленных в Указе Президента Российской Федерации

от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

Развитие массового спорта в России объединит спортивных ритейлеров и общество. Все это приведёт к дальнейшему развитию рынка спортивных товаров.

Литература:

1. В России стартовал проект «Россия — страна массового спорта» // РИА-Новости — 31.05.2019.
2. Исследование компании NeoAnalytics «Анализ российского розничного рынка по продаже спортивных товаров: итоги 2018 г.». — 2019 г.
3. Исследование независимой международной компании Euromonitor International — 2019 г.
4. Об этом свидетельствуют данные опроса ВЦИОМа, «РИА Новости» — сентябрь 2019 г.

СОЦИОЛОГИЯ

Оценка влияния социальных сетей и других факторов на успеваемость студентов биологического факультета

Азявчикова Анна Игоревна, студент;
 Дудина Валерия Александровна, студент;
 Вороненко Александр Иванович, старший преподаватель;
 Азявчикова Татьяна Владимировна, старший преподаватель
 Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины (Беларусь)

Актуальность темы исследования обусловлена высоким разнообразием социальных сетей, которые используют современные подростки. В последнее время одной из основных форм проведения досуга молодежи стало времяпрепровождение в социальных сетях. Существует мнение, что длительно пребывание в социальных сетях пагубно сказывается на успеваемости на учебе, возникают проблемы в личной жизни и т. д.

Ключевые слова: социальная сеть, интернет, зависимость, успеваемость.

Количество интернет-пользователей в Беларуси стремительно растет и равняется 7,03 миллиона человек, или 74 процента населения. Количество мобильных интернет-пользователей равняется 5,8 миллионов — это 61 процент населения. Активные пользователи социальных сетей составили 3,8 миллиона человек, из них почти 83 процента (3,14 миллиона человек) пользуются социальными сетями с мобильных устройств [1]. И высок процент пользователей социальных сетей именно у студенческой молодежи. Многие используют интернет и социальные сети не только дома, но и на занятиях и даже при общении с друзьями. По мнению большинства людей старшего возраста, это отрицательно влияет на успеваемость. Студенты могут отвлекаться на занятиях от преподаваемой дисциплины и не получать нужный объем знаний, необходимый для получения будущей профессии.

В связи с вышеизложенным, целью данного исследования была оценка влияния длительности нахождения студентов в социальных сетях в сутки, наличия романтических отношений, места проживания, а также наличия дополнительной внеурочной занятости на успеваемость студентов во время сессии.

Для исследования был проведен анкетированный опрос 77 студентов 3 курса биологического факультета Гомельского государственного университета имени Франциска Скорины. Возрастной уровень составлял от 19 до 24 лет. Предлагаемая анкета содержала перечень вопросов с вариантами ответов. Результаты опроса были обработаны с помощью программы Statistica 7.

Один из вопросов был «есть ли вы в социальной сети». Абсолютно все 77 респондентов ответили положительно, кроме того, каждый из них каждый день заходит на страницы соответствующих социальных сетей.

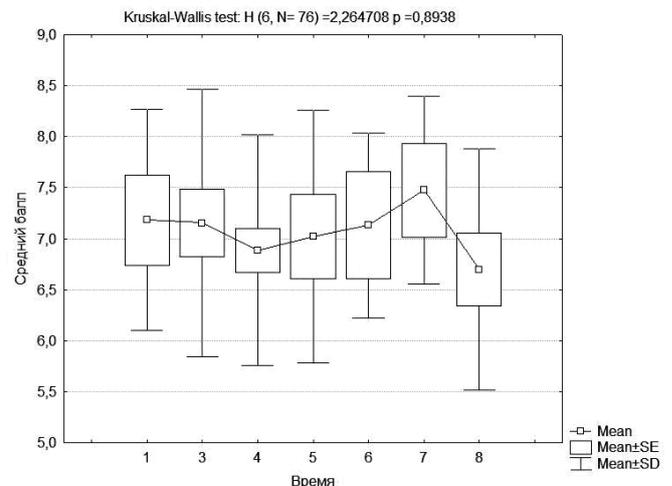


Рис. 1. Зависимость среднего балла за летнюю сессию и времени, проведенного в социальных сетях

При оценке времени, проводимого студентами в социальных сетях, выяснилось, что в среднем студенты находятся там около 4,5 часов в сутки. Причем, до одного часа в день проводят в интернете 7,79% студентов, один-четыре часа — 54,54%, от пяти и более часов — 37,67% всех опрошенных студентов. Следует отметить, что парни проводят по сравнению с девушками наименьшее количество времени в социальных сетях.

В процессе статистического анализа влияния количества времени, проведенного в социальных сетях на успеваемость студентов в сессии, прямой зависимости выявлено не было. Коэффициент корреляции этих значений составил $-0,069919637$. Что говорит о том, что видимой зависимости двух показателей не наблюдается (ри-

сунок 1). Вероятно, это связано с небольшой выборкой респондентов.

Так было выявлено, что люди, состоящие в романтических отношениях, имеют средний балл в сессии выше остальных студентов. Коэффициент корреляции для этих значений составил 0,118308636. Это говорит о низком, но всё же зависимости влияния одних значений на другие (рисунок 2). Данный факт можно объяснить повышением работоспособности, ответственности и приподнятого настроения в период влюбленности.

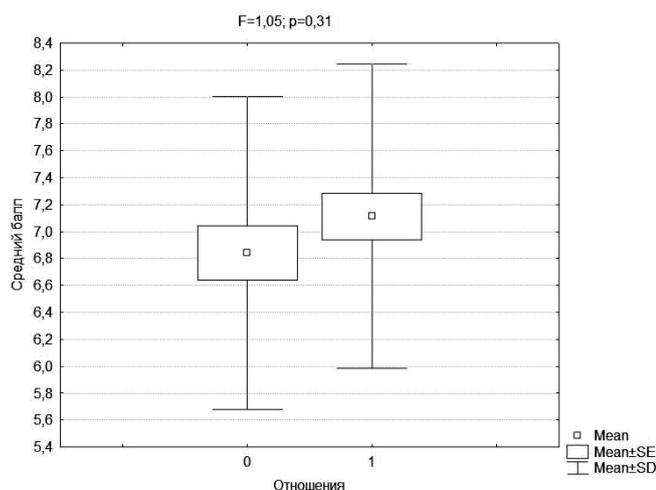


Рис. 2. Зависимость среднего балла сессии и наличия романтических отношений

На следующем этапе, был произведен влияния внеурочной занятости студентов в разнообразных организациях, участия в кружках, театрах и спортивных секциях на успеваемость в сессии (рисунок 3).

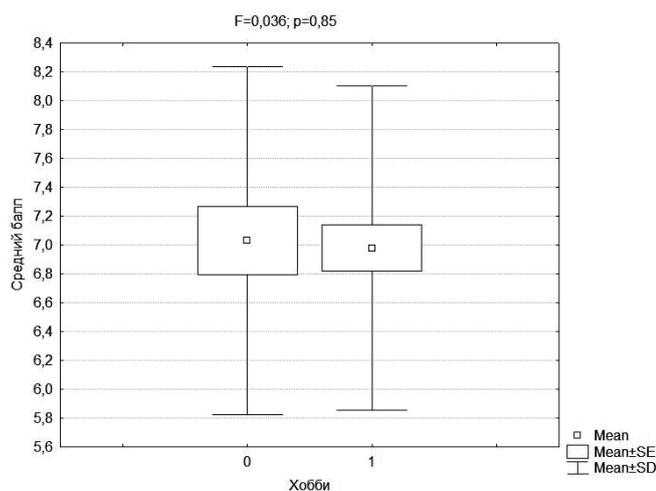


Рис. 3. Зависимость среднего балла сессии и внеурочной занятости

Достоверный отличий при статистической обработке ответов получено не было. Возможно, к данному виду внеурочных занятий студенты уже привыкли (многие занимаются уже не первый год) и к моменту исследований научились планировать свое свободное время.

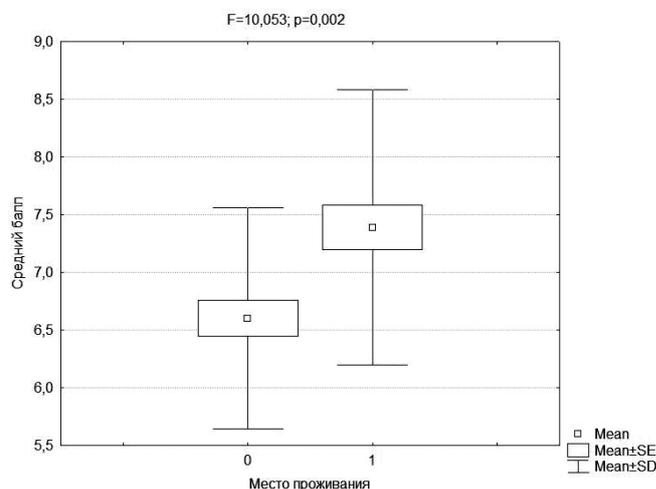


Рис. 4. Зависимость среднего балла сессии и место проживания студента во время обучения

В процессе исследований нас также заинтересовал вопрос: на сколько влияет проживание в общежитии на успеваемость студентов. Как видно из данных графика на рисунке 4, более высокий балл в сессии показывают студенты, проживающие дома. Скорее всего, в общежитиях студентов тратят большое количество времени тратится на приготовление пищи, покупкой продуктов и другие социально-бытовые проблемы. Возможно, немалое значение оказывает отсутствия контроля со стороны родителей.

Таким образом, наши исследования показали, что успеваемость студентов во время обучения в первую очередь зависит от места проживания студента, т. е. даже на третьем курсе университета родительский контроль оказывает немаловажное значение на поведение и распорядок дня подростка. И, конечно, следует отметить интересный вывод результатов анкетирования об отсутствии влияния времени, проведенного подростком в интернете, его дополнительной занятостью вне университета на образовательный процесс.

Результаты данной работы доказывают, что для успешной учебы в вузе студенту не обязательно отказываться от социальной жизни в интернете и лишать себя хобби и увлечений. Требуется лишь спланировать и правильно организовать распорядок своего дня, быть требовательным к себе, педантичным и внимательным к требованиям учебного процесса.

Литература:

1. Digital 2019: тренды использования интернета, соцсетей, мобильных платформ, электронной торговли по Беларуси // ИТ в Беларуси. URL: <https://dev.by/news/digital-2019-belarus> (дата обращения: 26.11.2019).

Проблемы территориальной мобильности молодежи Екатеринбурга¹

Хафизова Виктория Рауфовна, аспирант

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург)

В статье представлены итоги исследования территориальной мобильности молодежи Екатеринбурга. Выявлено преобладание миграционных настроений, причинами которых являются отсутствие возможностей для самореализации, низкий доход и плохая экология. Автор предлагает рекомендации для предотвращения или уменьшения миграции.

Ключевые слова: город, мегаполис, территориальная мобильность, молодежь, миграция.

Современный город-мегаполис, будучи местом сосредоточения экономических, культурных, политико-административных, технологических ресурсов, является центром притяжения для молодежи. Прежде всего, молодые люди ищут здесь возможности для самореализации, престижное образование, высокооплачиваемую работу и в целом комфортные условия для жизни. В свою очередь, молодежь является наиболее активным двигателем развития города и в то же время наиболее активной социальной группой в плане мобильности, в том числе территориальной. Следовательно, целью любого города является не просто привлечение, но и обеспечение условий для удержания молодежи в городе.

Мегаполис в отличие от обычных городов более сложно устроен ввиду развития социальных институтов, поскольку в нем сконцентрированы разного рода ресурсы: финансово-экономические, производственно-технологические, интеллектуальные и так далее [3, с. 81]. При этом город-мегаполис обладает особым культурным пространством, определяющим «менталитет, систему ценностей и образ жизни горожан и имеющих особые механизмы своего формирования и развития» [4, с. 201]. Житель мегаполиса сталкивается с большими информационными потоками, его стремления направлены на обновление и интенсификацию общественных и личных связей, он «мобилен в смене социальной среды и пространственной локализации» [2, с. 70].

Екатеринбург без сомнения является мегаполисом, то есть деловым, политическим, культурным центром, в котором развита международная инфраструктура, инновации, образование. Именно потребность в получении престижного высшего образования мотивирует молодежь мигрировать в Екатеринбург. Кроме того, здесь представлено многообразие возможностей для самореализации, развита сфера культуры и досуга, относительно доступное жилье, имеется большое количество торговых центров и так далее. Таким образом, город создает все условия для комфортной жизни и удовлетворения потребностей своих жителей. Но как эти условия оценивает сама молодежь, и какое место отводит городу в своих жизненных планах?

Целью данного исследования является анализ особенностей территориальной мобильности молодежи Екатерин-

бурга. Были поставлены следующие задачи: определить, как молодежь оценивает город; выявить степень распространенности и причины миграционных настроений; предложить возможные варианты действий по предотвращению миграции. В рамках исследования был проведен онлайн-опрос (n=750), глубинное интервью с носителями разных миграционных установок (n=22) и экспертное интервью со специалистами по работе с молодежью в сфере образования (n=10).

В онлайн-опросе участвовала молодежь от 18 до 30 лет, проживающая в городе Екатеринбурге. Общее количество опрошенных — 750 человек, из них 60% — женщины и 40% — мужчины, студенты составили 47%, работающие — 53%. Результаты опроса были обработаны с помощью программы SPSS.

В целом, большая часть молодежи довольна условиями жизни в Екатеринбурге (78,3%). Однако «идеальным» для себя город считает лишь половина из опрошенных (47%), эти молодые люди планируют провести в городе свою дальнейшую жизнь, так как ценят стабильность (42%). Другая половина молодежи (62%) считает Екатеринбург лишь остановкой на своем пути и стремится пожить в разных городах ради новизны (58%).

Важно отметить, что молодежь рассматривает Екатеринбург, прежде всего, как место получения высшего образования, так, при выборе учебного заведения большинство склонялись к учреждениям Екатеринбурга (88%), на втором месте — Санкт-Петербург и Москва (30%).

Таким образом, можно говорить о равном разделении взглядов молодежи на место Екатеринбурга в своих жизненных планах. Во многом эти взгляды зависят от того, насколько ясно молодые люди представляют свое будущее, насколько адекватно оценивают свои возможности в плане реализации их в конкретном городе.

К чему же стремится молодежь? Во-первых, стать обеспеченными и хорошо зарабатывать (58%), во-вторых, иметь интересную работу (57%) и, в-третьих, продолжить образование (52%). Вопрос о жизненных планах также задавался в процессе интервью с молодыми людьми. Здесь можно заметить интересную закономерность: информанты, которые хотят остаться жить в Екатеринбурге, вы-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ в рамках научного проекта № 19-011-31151.

ражают вполне конкретные планы на ближайшее будущее. Так, работающий молодой человек признается: *«Больших планов на будущее не строю. Буду развиваться внутри компании, есть предпосылки. Планирую купить собственное жилье со временем»* (муж, 24 г.). Другая девушка-студентка стремится *«закончить бакалавриат и магистратуру, устроиться по специальности. Пока планы совсем не “наполеоновские”»* (жен, 20 л.). В то же время информанты, которые стремятся мигрировать из Екатеринбурга, говорят о планах более абстрактно, например: *«Я хочу стать успешным человеком, который сможет позволить себе путешествовать, жить без болей в голове и помогать родителям»* (жен, 21 г.). Другой молодой человек планирует *«состояться как ученый, следовательно, развить все свои идеи и гипотезы»* (муж, 24 г.).

Отвечая на вопрос «Куда бы вы хотели переехать?», треть опрошенных (36 %) выбрали другую страну, каждый четвертый (24 %) — другой регион, остальные не хотели бы переезжать (19 %), либо затруднились с ответом (19 %). Что касается информантов с миграционными установками, молодой работающий человек называет конкретные города: *«Я собираюсь проходить стажировку в Высшей школе экономики в Москве, а потом в японском городе Цукуба»* (муж, 24 г.). Другая девушка-студентка называет европейские страны: *«Конечно, в планах уехать за границу. Германия, Чехия или Канада»* (жен, 21 г.).

Уехать из Екатеринбурга, по мнению респондентов, побуждают следующие факторы: отсутствие возможностей для реализации (60 %), невысокий доход (57 %) и плохая экология (45 %). Так, информант, планирующий реализовать свои научные интересы в Японии, заявляет, что в Екатеринбурге для этого отсутствуют вполне конкретные условия: *«Оборудование можно будет найти необходимое, но тех исследователей, которые занимались бы схожей с моей проблемой в Екатеринбурге, на данный момент нет»* (муж, 24 г.). В то же время девушка, желающая уехать в Европу, отмечает проблемы с экологией в городе и также выражает сомнения насчет благополучного будущего в стране: *«Екатеринбург — грязный город, и, как ни крути, это Россия, где не факт, что у меня когда-нибудь будет пенсия, и что мы не станем закрытой страной»* (жен, 21 г.).

Следовательно, миграционные настроения достаточно распространены среди молодежи Екатеринбурга. Во многом, это связано с тем, что молодым людям не хватает условий для реализации конкретных планов, а уровень доходов не позволяет удовлетворять нужды молодежи, кроме того, сказывается общая обстановка в стране. Особую роль играет плохая экология.

По данным опроса в качестве причин, которые побуждают молодежь остаться в Екатеринбурге, можно выделить, во-первых, наличие друзей, родственников, знакомых (68 %); во-вторых, наличие собственного жилья (48 %);

в-третьих, наличие возможностей для высокооплачиваемой работы (48 %). Эти результаты подтверждают и интервью с молодыми людьми. Так, один из информантов признается: *«Здесь семья, работа, друзья; нет необходимости уезжать»* (муж, 24 г.). Аналогичным образом отвечает девушка-студентка: *«У меня здесь семья, друзья, перспективы найти работу по специальности. Здесь я могу состояться как профессионал. И я не вижу причин уезжать»* (жен, 20 л.). Информанты с миграционными установками также отмечают факторы семьи и профессиональной реализации: *«Меня может задержать мама. Если она не решится переезжать, для меня это будет большая проблема»* (жен, 21 г.). *«В Екатеринбурге меня может задержать работа, которая напрямую связана с профилем моих исследований»* (муж, 24 г.) — говорит другой информант. Каждый второй опрошенный считает город Екатеринбург развивающимся городом. Схожие данные были получены при опросе горожан в 2013–2014 гг.: 89 % респондентов оценивают город положительно и называют Екатеринбург третьей столицей (54 %) [1, с. 163].

Для того чтобы определить возможные действия власти по предотвращению или сокращению миграции, необходимо выявить проблемные зоны. Например, один из экспертов считает, что между властью и молодежью отсутствует диалог и иллюстрирует это недавним повышением цены на проезд в метро: *«Молодежь чего требует от администрации? Не повышать цены на проезд в метро. А лучше вообще для студентов сделать проезд на общественном транспорте бесплатным»*. Помимо отсутствия диалога, по мнению эксперта, в городе не хватает привлекательных и доступных рабочих мест, а также детских садов и школ для того, чтобы молодежь задумывалась о создании семьи.

Что касается конкретных изменений, то другой эксперт полагает, что город нуждается в реализации крупных проектов: *«Хотелось бы иметь больше денег в бюджете города, чтоб воплощались крупные планы и проекты — метро, ЕКАД и т. п. Хотелось бы больше прогулочных зон, современных парков»*.

Опираясь на полученные данные, можно предложить следующие шаги по предотвращению или уменьшению миграции молодежи из Екатеринбурга:

- Совершенствование профориентационной работы в учебных заведениях города;
- Реализация крупных планов и проектов с целью улучшения социальной инфраструктуры в городе: строительство новых станций метро, школ, детские сады.
- Создание новых рабочих мест для молодежи, введение программ помощи по организации малого бизнеса;
- Создание или налаживание диалога между властью и молодежью, поиск компромиссов в решении проблемных вопросов.

Литература:

1. Антонова Н. Л., Ракевич Е. В. Горожане как субъект формирования имиджа города // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2016. Вып. 2 (26). С. 160–166.
2. Зорьян А. А. Социокультурный анализ мегаполиса как феномена урбанизации // Вестник МГУКИ. 2014. № 6 (62). С. 68–71
3. Ильиных С. А., Табарков А. В. Мегаполис как объект социологического исследования // Дискуссия. 2016. № 3 (66). С. 80–85.
4. Рукша Г. Л., Кудрина Е. Л. Мегаполис как социально-культурное явление // Вестник КемГУКИ. 2017. № 17. С. 199–204

Девиантное поведение как предпосылка и фактор правонарушений в подростковой и молодежной среде

Шакалова Варвара Геннадьевна, майор полиции, начальник отделения по работе с переменным составом

Санкт-Петербургский университет МВД России

Золотенко Евгений Анатольевич, социальный педагог

МБОУ «Ивнянская СОШ № 1» (Белгородская обл.)

Возникновение и развитие представлений о правилах поведения, о дозволенном и запрещенном — важная составная часть всего процесса становления человека в его социальной истории. Современная постановка вопроса о норме и отклоняющемся поведении имеет давние и глубокие истоки, на основании которых постепенно сформировались представления о нормах жизни, правилах и формах взаимоотношений людей, об одобряемом и порицаемом поведении. Последнее получило статус отклонения (девиации) в поведении личности.

Так получилось на практике, что девиантное поведение людей стало ассоциироваться лишь с негативными явлениями в обществе. Отсюда и возникла тенденция считать их «ненормальными». И все же логически более целесообразно, по-видимому, считать девиацию таким же нормальным явлением, как и ее антипода — конформизм, ибо из того факта, что общество постоянно формирует свои стандарты для поведения личности, следует также и то, что оно им не всегда следует.

Итак, сообразуясь со сказанным, можно определить девиантное поведение как отклонение в поведении личности от согласованных групповых норм.

Многочисленные исследования показали, что сущность девиации не может быть понята на основе лишь психологических факторов. Так и не удалось выявить ни одной психологической черты, которая была бы типичной для того или иного преступления, и в настоящее время стало практически общепринятым полагать, что особенности личности и мотивы ее поведения без привлечения социальных факторов не могут дать действительного объяснения.

Объяснение девиации стало приобретать приемлемый характер лишь с принятием социологических подходов, что впервые и было предложено в теории аномии Э. Дюрк-

гейма (2), где он указывал на то, что именно социальные нормы управляют поведением людей в обществе, и люди в силу этого знают, чего они могут ожидать от других и чего другие могут ждать от них. Жизненный опыт людей и выстраивается, в конечном счете, в соответствии с этими ожиданиями.

Но опыт хорошо помогает только в периоды стабильных социальных отношений, во время же кризисов или радикальных социальных перемен он перестает соответствовать возникающим реалиям. В результате люди не могут не испытывать психологической дезориентации и депрессии. В частности, Дюркгейм показал, что в такие периоды резко возрастает уровень самоубийств (3).

Теория Дюркгейма неоднократно подвергалась научной критике, но указанная выше ее основная мысль о том, что социальная дезорганизация является важнейшей причиной девиантного поведения, и в наши дни считается фундаментальной.

В свете этого были выделены три группы проявлений такого патологического поведения: собственно девиантное (отклоняющееся) поведение, состоящее в том, что оно есть отклонение от общепринятых норм; так называемое делинквентное (проступочное) поведение, т. е. правонарушения, не влекущие за собой уголовной ответственности; и, наконец, криминальное (преступное) поведение, прямо подходящее под статьи уголовного кодекса.

Девиантное поведение, как нетрудно заметить в этой связи, является реакцией на отступления от нормальной социализации, т. е. реакцией на отчуждение личности от своей социальной среды. Эти люди как бы отстранены, отчуждены от общества и его ценностей. Последнее и определяет своеобразную мотивацию девиантного поведения, специфику реагирования на жизненные ситуации и особенности вос-

питательного воздействия общества на таких людей. Таким образом, понятия «девиация» и «отчуждение» генетически являются связанными друг с другом. Что же такое отчуждение?

Отчуждение есть объективный социальный процесс, уходящий корнями в историю разделения труда и выражающийся в противопоставлении общества и отдельного индивида. Так, отчуждение труда от производителя порождает отношение к труду как к насилию, что и побуждает, в конечном счете, субъективную готовность человека добывать средства к своему существованию противоправным способом. Иными словами, в содержание понятия «отчуждение» входят представления о правовой бессмысленности и политическом произволе. Центральным в проблеме отчуждения является, по мнению Э. Дюркгейма и Р.К. Мертон, понятие социальной аномии.

Таким образом, понятие социальной аномии выражает состояние человека, утратившего значимость социальных ценностей и норм. Последнее и ведет как раз к отклоняющемуся поведению.

Проблема девиантного поведения личности подростка в настоящее время является предметом изучения многих наук, каждая из которых рассматривает ее под различным углом зрения в соответствии со своей спецификой и господствующими теоретико-методологическими подходами.

Сущность последнего в общем виде может быть определена применительно к современному российскому обществу как системный кризис:

1. В России утверждается цивилизация, корни которой уходят в индустриальную культуру Запада, происходит своеобразная вестернизация России;

2. В большинстве случаев данная цивилизация приходит к нам в превращенной форме отчуждения от западной культуры (О. Шпенглер (6));

3. Остается нерешенным вопрос, насколько западная цивилизация и западная культура органичны российской культурной традиции и цивилизации;

4. В кризисном состоянии находится собственно российская культурная традиция, основные парадигмы которой неорганичны превращенным западным образцам. Традиционная русская культура остается невостребованной, тем более, что в XX столетии процесс ее эволюции был по меньшей мере дважды искусственно прерван (в 1917 и в 1991–1993 гг.).

В этой связи целесообразно рассмотреть, как указанные явления влияют на процесс становления личности молодых людей и возникновение девиаций в молодежной среде. Исходным теоретическим основанием в данном случае будет концепция социализации личности, представляющей собой процесс усвоения ею социальных норм. При этом под социальной нормой следует понимать определенный эталон поведения, одобренный сообществом людей. Если поведение человека соответствует этим эталонам, оно считается нормальным. Если нет, — отклоняющимся, или девиан-

тым. Классификация форм девиантного поведения разнообразна и достаточно полно описана в литературе.

Следует отметить, что социальные нормы жестко связаны с культурно-цивилизационными основаниями развития общества, и эта связь проявляется в нескольких аспектах:

1. Любая социальная норма в значительной степени определяется системой ценностей, лежащих в основе данной культуры.

2. Сложившиеся в обществе механизмы социально-культурного наследования обеспечивают более или менее органическое усвоение (интериоризацию) действующих социальных норм, что выражается в самооценке, самоорганизации, саморегуляции и самоконтроле личности.

3. Общество осуществляет как формальный, так и неформальный социальный контроль за соблюдением норм своими гражданами.

4. Формальный социальный контроль и внешняя корректировка поведения личности, направленные на предотвращение девиаций, являются эффективными лишь в той мере, в какой адекватны (органичны) сложившейся культуре.

Таким образом, процесс социализации личности молодого человека может осуществляться успешно лишь при сложившейся системе равновесий:

- между социально-технологической моделью профилактики отклоняющегося поведения и присущей обществу системой ценностей и жизненных смыслов;
- между основными институтами социализации личности, к числу которых следует отнести семью, социальные институты (для молодежи это прежде всего учреждения образования) и субкультуру (молодежную субкультуру).

Только при этих условиях можно говорить о гармоническом типе социализации молодых людей, при котором возможность девиантного поведения сводится к минимуму, а в случае проявлений последнего общество может достаточно успешно осуществлять коррекцию.

Под таким углом зрения и следует оценивать социокультурную ситуацию, сложившуюся сегодня в России, и ее влияние на отклоняющееся поведение личности в юношеском возрасте. Основными направлениями такого влияния являются следующие.

1. Социальная дезориентация выступает как ведущая предпосылка девиации, поскольку при отсутствии ясного представления о норме проблема ее соблюдения вообще не возникает.

2. Отмеченная неопределенность социальных норм дополняется сравнительно новым для России явлением — диверсификацией предлагаемых молодежи ценностных систем, проявляющейся как плюрализм идейных и политических течений. Среди них можно выделить «капиталистические» устремления, космополитические идеи, религиозные воззрения, националистические претензии,

анархические идеи, монархические идеалы, фашистские цели и настроения, гедонистские идеалы.

По своей сути плюрализм, конечно, не может быть основой для усиления девиантных тенденций в молодежной среде. Однако современное утверждение его в России сопровождается рядом негативных факторов. Во-первых, ряд из указанных идейных течений имеет антисистемный характер и стимулирует деструктивные начала в человеческой личности. Во-вторых, даже социально-позитивные ценности очень часто распространяются в превращенной форме или становятся таковыми на уровне массового сознания в условиях всеобщей маргинализации и бездуховности (7). В-третьих, сословно-корпоративные системы ценностей и социальных норм утверждаются в условиях почти полного отсутствия универсальных норм, имеющих значение для абсолютного большинства населения страны и одновременно органичных ее культурно-исторической традиции.

Дефицит же универсальных норм, интериоризированных сознанием молодых людей, оборачивается утратой смысложизненных ориентиров, что в конечном итоге ведет к распространению асоциальных форм поведения, тотальному нигилизму и — в конечном итоге — деградации личности.

3. Асоциальные явления среди молодежи многократно усиливаются вследствие обострения социально-экономического кризиса, превращающего молодежь в одну из наименее социально защищенных групп населения. Стремление избежать низкого социального статуса заставляет молодых людей избирать модель поведения, ориентированную на успех любой ценой и, следовательно, допускающую нарушение социальной нормы, выступающей либо как нравственный императив, либо как правовое предписание или запрет.

4. Вместе с тем сегодня трудно ожидать, что данная модель поведения может быть существенным образом скорректирована в ходе социализации личности. Необходимым условием такой коррекции являются, во-первых, адекватность заданных системой ценностей и социальных норм целей воздействия притязаниям личности, в значительной степени детерминированных ее жизненными обстоятельствами; во-вторых, авторитетностью для молодых людей субъектов воспитательного воздействия.

Первое условие сегодня фактически отсутствует, так как предлагаемые цели весьма абстрактны, либо вообще не определены. Второе также сведено к минимуму. В частности, утрачивает значимость первичная социализация в семье, связанная с передачей жизненного опыта старших, не только вследствие кризиса института семьи, но и из-за девальвации опыта старших в современных условиях. Институты образования также не могут предложить систему ценностей и жизненных смыслов, адекватных современной ситуации, а молодежная субкультура в значительной степени криминализована.

5. Низкий культурный потенциал личности молодых людей делает проблематичной овладение ими формами личностной саморегуляции. Во-первых, потому, что в сознании их, как правило, отсутствует представление о личностной норме, либо она является негативной по своей сути. Негативная (асоциальная) норма усваивается значительно легче, чем позитивная, поскольку последняя требует достаточно высокого культурного уровня и волевых усилий.

Все указанные обстоятельства дают основание для оценки девиантного поведения молодежи как прежде всего социокультурной проблемы. Решение ее требует не только корректировки технологий социально-профилактической деятельности, но и преобразований, затрагивающих основы развития современной российской цивилизации и культуры.

Литература:

1. Смелзер Н. Социология / Пер. с англ. — М., 1994.
2. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Пер. с фр., составление, послесловие и примечания А. Б. Гофмана. — М., 1995.
3. Дюркгейм Э. Самоубийство: Социологический этюд / Пер. с фр. с сокр.; Под ред. В. А. Базарова. — М., 1994.
4. Мертон Р. К. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В. И. Добренкова. — М., 1994. С. 379–448.
5. Васильченко В. П. Проблема отклоняющегося поведения личности в контексте социальной структуры общества // Проблемы отклоняющегося поведения личности в юношеском возрасте и пути его преодоления: Материалы российско-украинской научно-практической конференции, 29–30 апреля 1997 г. 1-я часть. — Белгород, 1997. С. 87–89.
6. Шпенглер О. Закат Европы. — Новосибирск, 1993.
7. На изломах социальной структуры. — М., 1987. С. 7–17.
8. Гишинский Я., Афанасьев В. Социология девиантного (отклоняющегося поведения): Учебное пособие. — СПб., 1993. С. 639–640.

ПСИХОЛОГИЯ

Использование сказкотерапии в процессе коррекции недостатков речи старших дошкольников

Адольф Сабина Александровна, студент магистратуры
Воронежский государственный педагогический университет

В статье представлено содержание работы по развитию речи детей (обогащение словаря, связная речь, формирование грамматически правильной речи). Описаны игры и упражнения, которые можно использовать при ознакомлении дошкольников со сказкой (образовательные области «Речевое развитие», «Познавательное развитие» — согласно ФГОС ДО).

Ключевые слова: развитие речи, ознакомление со сказками, игры и упражнения, дети старшего дошкольного возраста.

На сегодняшний день по-прежнему остаётся актуальным вопрос поиска дидактического материала, новых форм и методов речевого развития детей старшего дошкольного возраста.

Актуальность данного вопроса обусловлена тем, что современный период характеризуется изменением педагогической технологии по развитию речи дошкольников. Это связано с утверждением в 2013 году Федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования (далее — ФГОС ДО) [1], и появлением новой образовательной области «Коммуникация», которая направлена на овладение конструктивными способами и средствами взаимодействия ребенка с взрослыми и сверстниками. В сравнении с традиционным разделом образовательной программы «Развитие речи детей», новое содержание образовательной области «Коммуникация» выдвигает значительно больше задач перед воспитателем. Образовательная область предполагает в большей степени развитие навыков общения, нежели навыков речи. При данном подходе развитие связной речи, обогащение словарного запаса, усвоение грамматического строя языка являются не самоцелями, а средствами развития коммуникативных навыков. Речевые задачи решаются исключительно в контексте детской деятельности (таких как: игра, детское исследование, труд, эксперименты), не переводя ее по форме и методам взаимодействия в учебную, что требует разработки принципиально новых технологий коммуникативного и речевого развития дошкольников.

В связи с этим важным средством в работе педагога является сказкотерапия, на что указывают Зинкевич-Евстигнеева Т. Д., Аникин В. П., Большунова Н. Я., Кабачек О. А. и др.

В понимании Т. Д. Зинкевич-Евстигнеевой сказкотерапия — это не просто направление психотерапии, а синтез

многих достижений психологии, педагогики, психотерапии и философии разных культур.

Особенно велика роль сказкотерапии в воспитании обучения старших дошкольников, которые испытывают трудности в речевом развитии. Т. к. для таких детей характерны:

1. Сниженная мотивация;
2. Скучный набор знаний об окружающем мире;
3. Отсутствие целенаправленности в деятельности;
4. Несформированность операционных компонентов мышления;
5. Представляют сложность задания, в которых предлагается создать воображаемую ситуацию;
6. Отмечается недостаточная точность предметных образов представлений;
7. Связь между вербальной и зрительной памятью не является прочной.

Сказки являются прекрасной возможностью разнообразить и индивидуализировать воспитательно-образовательный процесс. Работа над содержанием сказки помогает в формировании различных сторон речи ребёнка (фонетико-фонематической, просодической, лексико-грамматической), в результате чего создаётся база для овладения связной речью.

Занятия по речевому развитию старших дошкольников должны строиться с учётом принципов, описанных ниже:

1. Реалистичность;
2. Побуждение к речевой активности;
3. Наглядность;
4. Работа над разными сторонами речи должна быть взаимосвязана;
5. Активность;
6. Сознательность;
7. Обучение должно быть последовательным и системным, носить воспитательный характер;

8. Индивидуальный и дифференцированный подход к ребёнку;

9. Коммуникативно-деятельностный подход.

При подготовке занятия предполагается предварительная работа специалиста, состоящая из следующих этапов:

1. Подбор и прочтение сказки;

2. Подготовка дидактического материала и наглядных пособий (карточки, демонстрационный материал и т. п.);

3. Раскадровка (подготовка картинок, согласно сюжету сказки).

Каждое занятие имеет структуру, элементами которой являются

1. Подготовительная часть (на данном этапе задача специалиста — это формирование у детей мотивации и положительного эмоционального настроя на выполнение упражнений и заданий. Освещается тема занятия, прослушивается сказка);

2. Основная часть (выполнение заданий и упражнений, участие в играх, физкультминутка, обсуждение содержания фильма, составление рассказов);

3. Заключительная часть (подведение итогов, оценивание работы каждого ребёнка, обмен мнениями и впечатлениями).

Подготовительная часть занятия

Задачи. Ключевая задача состоит в том, чтобы сформировать навык задавания вопросов и ответов на них, научить строить предложения разных синтаксических структур в речи, развить способность рассуждать на заданную тему, соблюдая последовательность в речи.

Методы и приёмы работы

1. Вступительное слово воспитателя (Прочтение стихотворения или загадка, связанная с темой сказки).

2. Беседа. Во время беседы задаются вопросы различных типов. Например, прямые: «Кто жил в деревне?»; вопросы на установления причинно-следственных связей: «Почему волк не смог догнать зайца?», «Как так получилось, что девочка оказалась в лесу одна?»; вопросы на определения время действия «Как вы догадались, что это весна?», «Какие весенние приметы вы услышали?»; вопросы, побуждающие к сравнению: «Лиса вела себя так же как волк?».

3. Пояснение, например: «Вы поняли, что птицы улетают на юг, потому что зимой птицы улетают на юг, потому что становится слишком холодно и им нечего есть?».

Основная часть

Задачи: Сформировать умение рассуждать, устанавливать причинно-следственные связи, соблюдать последовательность повествования.

Учить составлять: описание предмета, повествовательный рассказ.

Методы и приёмы

1. Беседа. Вопросы, побуждающие детей к рассуждению, подбору нужных слов, выстраиванию вопросов и полных ответов

2. Объяснение: «Обратите внимание на то, что в гостях мы ведём себя скромно уважаем других. Я надеюсь, что вы будете соблюдать правила поведения в гостях»

3. Рассматривание предметных и сюжетных картинок (слайдов):

4. Игры и упражнения.

Упражнение 1. «Найди слово»

Цели. Формирование у детей способности образовывать от имен существительных имена прилагательные. Обогащение словарного запаса.

Детям предлагается от существительного образовать прилагательное: шерсть белки — белчья; берлога медведя — медвежья; хвост волка — волчий; уши зайца — заячь; нора лисы — лисья.

Упражнение 2. «Забывашка»

Цели. Формирование умения конструировать простое предложение. Обучение употреблению предложно-падежных конструкций.

Педагог сообщает детям, что главный герой сказки рассказывал о том, что произошло с ним своим друзьям, но что-то напутал. Детям предлагается найти ошибки в последовательности рассказа и исправить их.

Упражнение 3. «Жили-были»

Цели. Формирование связной речи: умения отвечать на вопросы по содержанию сказки, строить предложения разных синтаксических конструкций.

После прослушивания сказки педагог задает детям вопросы по содержанию сказки (могут сопровождаться показом карточек).

Упражнение 4. «Угадай кто»

Цель. Закрепление навыков составления описания персонажа по плану.

Педагог загадывает детям персонажа из прослушанной сказки по следующему плану: где он жил, внешний вид, чем он занимался. Дети должны угадать. Далее просит одного ребенка загадать по тому же плану другое животное, остальные отгадывают.

Упражнение 5. «Кто лишний?»

Цели. Активизация словаря детей, развитие зрительной памяти и внимания.

Воспитатель показывает детям картинки с изображением персонажей сказки, при этом один персонаж является лишним. Затем просит вспомнить героев сказки и сказать, кто лишний.

Упражнение 6. «Что? Где? Когда?»

Цель. Активизация и обогащение словаря. Формирование умения употреблять существительные с предлогами. Дети должны вспомнить, опираясь на картинки, с кем, где и при каких обстоятельствах персонаж пересекался в ходе сказки.

Задания Цель. Развитие связной речи.

1. Восстановление сюжета сказки в соответствии с логикой событий. Ребенка просят расположить картинки по порядку и рассказать о последовательности.

2. Отбор слайдов, которые относятся к содержанию сказки.

3. Беседа по содержанию и предположения о дальнейшем развитии.

4. Составление рассказа-описания по сюжетной картинке (одному слайду).

Заключительная часть

Задача. Формировать у детей самостоятельное связное речевое высказывание.

Методы и приемы работы

1. Дидактическое упражнение. Педагог выкладывает карточки с персонажами из одной сказки. Ребенок вспоминает сказку и рассказывает сюжет. После этого его просят закрыть глаза и меняют местами две любые карточки. Ребенок должен догадаться, что изменилось, и указать на ошибку.

2. Пересказ сказки.

3. Составление рассказа от лица героев мультфильма.

4. Пересказ сказки с заменой (добавлением) действующих лиц.

Литература:

1. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования» № 1155 от 17 октября 2013 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.
2. Выготский, Л. С. Развитие устной речи [Текст] / Л. С. Выготский // Собрание сочинений: в 6 т. Т. 3. Проблемы развития психики / под ред. А. М. Матюшкина. — М.: Педагогика, 1983. — 368 с.
3. Т. Д. Зинкевич-Евстигнеева Практикум по сказкотерапии. — СПб.: ООО «Речь», 2000. — 310с.
4. Микляева, Н. В. Диагностика языковой способности у детей дошкольного возраста. Логопедическое обследование [Текст] / Н. В. Микляева. — М.: Айрис-пресс, 2007. — 96 с.
5. Ушакова О. С. Методика развития речи детей дошкольного возраста: учеб. метод. пособие для воспитателей дошкол. образоват. учреждений [Текст] / О. С. Ушакова, Е. М. Струнина. — М.: ВЛАДОС, 2004. — 288 с.

Сновидения, галлюцинации и грезы

Березина Анастасия Михайловна, студент;

Бакрадзе Айша Ахмедовна, студент;

Переплетчикова Марина Олеговна, студент

Саратовский социально-экономический институт (филиал) Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова

Многогранные образы, которые создает человек, не ограничиваются только увиденной или услышанной им информацией. Перед ним могут открываться двери в такие пространства подсознания, о которых он даже и не мог мыслить. Это открывает большие возможности для человека. Он способен создавать, придумать то, чего еще не было в истории. Но ведь для преобразований нужно особое умение, помогающее превращать фантазии в реальность. Эта способность проявляется по-разному, например, сновидения, галлюцинации и грезы как формы воображения — неотъемлемая часть жизни любого человека.

Ключевые слова: сон, сновидение, галлюцинации, грезы.

Dreams, hallucinations and reverie

The multifaceted images that a person creates are not limited to the information he sees or hears. In front of him can open doors to such spaces of the subconscious, of which he even could not think. This opens up great opportunities for man. He is able to create, invent something that has not been in history. But after all for transformations the special skill helping to turn imaginations into reality is necessary. This ability manifests itself in different ways, for example, dreams, hallucinations and dreams as forms of imagination-an integral part of the life of any person.

Keywords: sleep, dreams, hallucinations, reverie.

Сновидения издавна поражают и волнуют людей. В древности их называли «вратами в иной мир». Люди действительно думали, что через сновидения может происходить контакт с другими мирами. Хотя мир сновидений фантастически разнообразен, он не содержит абсолютно ничего нового: сновидения — это ключик от нашего подсознания, отражение произошедших с ним событий. Зигмунд Фрейд говорил, что сны — царский путь к бессознательному. Килтон Стьюарт называл не получивший объяснения сон «нераспечатанным письмом от Бога». Множество веков и столетий тайна сновидений остается неразгаданной. Одна из таких загадок — вещие сны. Например, рассказ Плутарха о том, что жена Цезаря увидела сон, в котором она держит в объятиях тело убитого супруга. Женщина проснулась и рассказала о своем страшном сновидении Цезарю. Он со всей серьезностью отнесся к услышанному и даже хотел отменить заседание сената, но на следующий день был очень занят, забыл о страшном сне и вскоре был убит. Также есть множество историй, подтверждающих существование вещих снов; самые известные из них — сон библейского Иосифа, освободившего его из темницы и давшего ему должность при дворе Древнеегипетского правителя, сон М. В. Ломоносова, предвещавший беду его отцу и тем морякам, которые были рядом с ним в период бури. Сновидения приоткрывают завесу будущего, так, например, Д. И. Менделеев увидел периодическую таблицу элементов во сне. Это событие изменило весь мир, дало свершиться многим открытиям, без которых была бы немыслима современность.

В снах людей проявляются во многом их тайные желания, переживания — они приобретают произвольную нематериальную форму. Однако у сновидения есть и реальная основа. Мы не можем фантазировать просто так, абстрактно, наши фантазии все равно привязаны к чему-либо: предмет, какое-либо событие, любая мелочь влияет на увиденный сон, потому что любой сон опирается на реальность.

Ученые издавна интересовались вопросом о длительности сна. Был проведен эксперимент, в ходе которого выяснилось, что субъективная длительность сновидений соответствует объективной длительности периода быстрого сна. Если разбудить человека в начале периода быстрого сна, то он расскажет о коротком сновидении, а пробужденный в конце данного периода — о длинном. После очень длинных эпизодов быстрого сна (приблизительно 30–50 мин.) испытуемые отчитывались об очень длительных сновидениях. Интересно, что отчёты о содержании этих сновиде-

ний были одинаковыми в обоих случаях: когда испытуемых пробуждали уже через 15 мин после начала быстрого сна, и, когда они пробуждались в течение длительного времени. Эксперимент показывает, что сновидения начинают забываться несмотря на продолжение длительного эпизода быстрого сна. Неоднократно проводимые опыты свидетельствуют о том, что содержание сновидений коррелирует с особенностями физических компонентов быстрого сна. При этом степень эмоциональной окраски сновидений связана с частотой сердечных сокращений и дыхания, степенью вазоконстрикции и выраженностью электрической активности кожи в последние минуты быстрого сна перед пробуждением.

Галлюцинации — непреднамеренное возникновение внешних образов в состоянии измененной или нездоровой психики. Галлюцинации могут проявляться на фоне сильных переживаний — чувства тоски, страха, навязчивых мыслей. При этом фантазии становятся для человека реальными, например, он видит давно умершего родственника и разговаривает с ним, как с живым, не сомневаясь в его существовании. Также галлюцинации иногда называют «снами наяву». Их спектр разнообразен: зрительные, слуховые, тактильные и соматические.

При слуховых галлюцинациях больной человек может услышать какие-либо звуки и голоса, которые могут оказать на него негативное влияние и подтолкнуть к совершению необдуманного поступка. Может быть, такие звуки возникают из-за потребностей, которые человек не в состоянии удовлетворить, т. е. в данный момент он не может утолить жажду, потому что поблизости нет водного источника.

В отличие от галлюцинаций, грёзы представляют собой обыкновенное психическое явление, не вызывающее негативных последствий, так как оно оторвано от действительности и вполне не осуществимо. Чтобы убежать от реальных проблем, люди начинают воображать себе другую жизнь, где они счастливы, и где их ничто не тревожит. В повести Н. В. Гоголя «Мёртвые души» главный герой Манилов живет только в собственных грёзах, которые так и остаются иллюзиями, потому что он так и не думает приступить к их исполнению: «Он думал о благополучии дружеской жизни, о том, как бы хорошо было жить с другом на берегу какой-нибудь реки, потом через реку начал строиться у него мост, потом огромный дом с таким высоким бельведером, что можно оттуда видеть даже Москву, и там пить вечером чай на открытом воздухе и рассуждать о каких-нибудь приятных предметах»...

Если в жизни человек не испытывает и не получает удовольствия от приятных моментов, его ничего не радует, то он создает себе вымышленный мир, где всё прекрасно: не нужно ни о чем думать, ни о ком заботиться, ни решать какие-то проблемы. Однако это всего лишь грезы, которые никак не связаны с реальной жизнью и не смогут её заменить.

Мечты нерешительного человека не являются ценностью и не играют особой роли, поскольку они появляются

на какой-то промежуток времени и снова исчезают, их заменяют новые.

Сновидения, галлюцинации и грёзы имеют огромное значение в жизни людей. Если бы не было воображения, то человек не смог бы общаться с другими людьми, визуализировать цели, совершать открытия, находить решения сложных задач и многое другое.

Литература:

1. Рейнуотер, Д. М. Это в ваших силах / Д. М. Рейнуотер. — Издательская группа «Прогресс», 1992.
2. Плутарх М. Сравнительные жизнеописания / М. Плутарх. — Издательство наук СССР, 1961.
3. Гоголь Н. В. Мертвые Души / Н. В. Гоголь. — Издательство «Художественная литература», 1981.
4. Александров Ю. И. Психофизиология / Ю. И. Александров. — Издательство «Питер», 2012.

Особенности уровня удовлетворенности педагогов трудом с разным типом мотивов профессиональной деятельности

Зайцева Вероника Алексеевна, студент магистратуры;

Научный руководитель: Хромов Владимир Вячеславович, кандидат психологических наук, доцент

Череповецкий государственный университет (Вологодская обл.)

Мотивация персонала — актуальный вопрос в сфере управления независимо от уровня позиции работника, размера компании и сферы ее деятельности. Мотивация труда представляет особую проблемную область для исследований зарубежных и отечественных ученых. Значительный вклад в развитие современных теорий мотивации внесли работы Врума В., Герцберга Ф., МакГрегора Д. и других зарубежных авторов. Отечественные авторы, такие как Андреева Т., Белкин В. Беляева Б., Гнездовский Ю., решали вопросы оплаты и стимулирования труда [1, с.15].

Проблема мотивации тесно связана с проблемой удовлетворенности трудом.

Удовлетворенность трудом — эмоционально окрашенное оценочное представление субъекта деятельности о результате своей трудовой активности, о самом процессе работы и внешних условиях, в которых она осуществляется [1, с.47]. Проблемой удовлетворенности и осмысленности труда занимался Замфир К. Герцберг Ф. сформулировал теорию двух факторов, в которой он изучал влияние мотивационных факторов на удовлетворенность трудом [5, с.32]. Также А. Реан занимался психологическим анализом проблемы удовлетворенности избранной профессией.

Теоретический анализ проблем мотивации и удовлетворенности работой педагогов показал, что количество исследований, находящихся на стыке проблематики данных феноменов, очень мало. Высокая теоретическая и практическая значимость в сочетании с недостаточным уровнем

разработанности определило актуальность изучения проблемы исследования.

Цель исследования: выявить особенности взаимосвязи мотивов профессиональной деятельности и уровня удовлетворенности трудом педагогов.

Объект исследования: профессиональная деятельность педагогов.

Задачи:

1. Выявить теоретические подходы к изучению мотивов профессиональной деятельности и удовлетворенностью трудом педагогов.
2. Выявить теоретические подходы к изучению взаимосвязи мотивов профессиональной деятельности и удовлетворенности трудом педагогов.
3. Дать общую характеристику особенностей мотивов профессиональной деятельности и уровня удовлетворенности трудом у педагогов с разным стажем работы.
4. Установить, существует ли взаимосвязь мотивов профессиональной деятельности и уровня удовлетворенности трудом педагогов.
5. Разработать психологические рекомендации директору школы по работе по повышению мотивации педагогов.

В качестве методик исследования выступили:

1. Методика на определение удовлетворенности трудом Батрашева А. В.
2. Методика на определение структуры мотивации и выделение преобладающим факторов удовлетворенности или неудовлетворенности трудом Герцберга Ф. И.

Для статистической обработки данных применялся критерий χ^2 — угловое преобразование Фишера, U — критерий Манна — Уитни.

Эмпирическое исследование проводилось на базе МОУ «СОШ № 35» г. Вологда. В исследовании приняли участие 35 педагогов, в том числе 6 педагогов со стажем от 1 года

до 3 лет, стаж от 5 до 10 лет — 5 педагогов, стаж более 10 лет — 24 педагога.

В 1-й гипотезе нашего исследования мы предположили, что уровень удовлетворенности будет различаться у педагогов с разным типом мотивов, а именно уровень удовлетворенности с доминированием внутренних мотивов будет выше, чем у педагогов с доминированием внешних мотивов.

Таблица 1. Уровень общей удовлетворенности трудом у сотрудников с доминированием различных типов мотивов трудовой деятельности (в процентах)

Тип мотивов	Уровень общей удовлетворенности		
	В	С	Н
Доминируют внутренние мотивы	79	16	5
Доминируют внешние мотивы	50	19	31
Значение U -критерия Манна-Уитни	$U_{эмп}=85,5$, $U_{кр}=101$, $p \leq 0,05$		
Значение χ^2	$\chi^2 = 1,815$		

Для проверки данной гипотезы мы провели сравнительный анализ уровня общей удовлетворенности у педагогов с доминированием внешней и внутренней мотивации и получили значимые различия, а именно удовлетворенность трудом у сотрудников с доминированием внутренних мотивов выше, чем у сотрудников с доминированием внешних мотивов ($U_{эмп}=85,5$, $U_{кр}=101$, $p \leq 0,05$), ($\chi^2 = 1,806$). Таким образом, заявленная нами гипотеза подтвердилась на 5 % уровне значимости.

Во 2-й гипотезе нашего эмпирического исследования мы предположили, что также можно ожидать различий в структуре удовлетворенности трудом у педагогов с различным типом мотивации, а именно мы предполагаем, что у педагогов с доминированием внешних мотивов будет выше удовлетворенность такими компонентами как уровень притязаний в профессиональной деятельности, а у педагогов с доминированием внутренних мотивов интерес к работе.

Таблица 2. Выраженность структурных компонентов удовлетворенности трудом у педагогов с разным типом мотивации (в процентах)

Структурные компоненты удовл., %	Интерес к работе			Уровень притязаний в профессиональной деятельности		
	В	С	Н	В	С	Н
Типы мотивов						
Внутренние мотивы	68	21	11	32	26	42
Внешние мотивы	38	24	38	19	25	56
Значение U -критерия Манна-Уитни	$U_{эмп}=264,5$, $U_{кр}=413$ $p \leq 0,01$			—		
Значение χ^2	$\chi^2 = 1,857$			-		

Оценивая значимость различий по U -критерию Манна-Уитни и χ^2 — угловому преобразованию Фишера, можно говорить о том, что существуют значимые различия в структурных компонентах общей удовлетворенности с разным типом мотивов трудовой деятельности, а именно в структурном компоненте интерес к работе ($U_{эмп}=264,5$, $U_{кр}=413$ $p \leq 0,01$), ($\chi^2 = 1,857$, на 5 % уровне значимости).

Следовательно, наша гипотеза о том, что можно ожидать различий в структуре удовлетворенности трудом у педагогов с различным типом мотивации, а именно что у педагогов с доминированием внешних мотивов будет выше удовлетворенность таким компонентом, как уровень притязаний в профессиональной деятельности, а у педагогов

с доминированием внутренних мотивов компонент интерес к работе, подтвердилась частично, относительно структурного компонента интерес к работе, на 1 % уровне по U -критерию Манна-Уитни и 5 % уровне значимости при оценке различий с помощью χ^2 — углового преобразования Фишера. Проведя собственное изучение взаимосвязи мотивации и уровня удовлетворенности трудом, мы убедились, насколько сложен этот процесс.

В качестве рекомендаций администрации предложено учитывать и помнить, что для педагогов различных психологических типов лучше «работают» разные методы мотивации, важно эти знания применять для развития организации [4, с. 368].

Литература:

1. Бюссинг А. Мотивация и удовлетворенность // Управление человеческими ресурсами / Под ред. М. Пула, М. Уорнера. — СПб.: Питер, 2002.

2. Герцберг Ф., Моснер Б., Блох Б. Мотивация к работе. М.: Изд-во «Вершина», 2007.
3. Герчиков В. И. Мотивация и стимулирование труда в новых условиях // ЭКО. 1996. № 6.
4. Егоршин А. П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебное пособие. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2013.
5. Замфир К. Удовлетворенность трудом. — М., 1983.

Факторы формирования психологического климата в коллективе

Клименко Станислава Станиславна, студент магистратуры;

Научный руководитель: Титова Ольга Ивановна, доцент

Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева

В статье затрагивается проблема психологического климата трудового коллектива как фактора эффективности его труда. Актуализируется проблема определения факторов формирования психологического климата в трудовом коллективе, систематизируются представления о них в научной литературе. Делается вывод о значимости определения факторов формирования психологического климата в контексте управления им.

Ключевые слова: психологический климат, трудовой коллектив, факторы формирования психологического климата в трудовом коллективе

Factors of formation of psychological climate in the team

The article addresses the problem of the psychological climate of the labor collective as a factor in the efficiency of its labor. The problem of determining the factors of the formation of the psychological climate in the work collective is being actualized, and ideas about them in the scientific literature are systematized. The conclusion is drawn about the importance of determining the factors of the formation of the psychological climate in the context of its management.

Keywords: psychological climate, labor collective, factors of psychological climate formation in the labor collective

Проблема эффективности профессиональной деятельности на актуальном этапе изучения имеет как теоретическое, так и прикладное значение. Исследователи различных областей знания ведут поиск наиболее значимых факторов результативности труда — психологи к их числу относят категорию «психологический климат в трудовом коллективе». Актуальность исследования психологического климата обусловлена высоким влиянием его на продуктивность деятельности личности в коллективе — особенно это касается тех коллективов, которые дают совместный результат.

Понятие «психологический климат», исследуемое множеством отраслей психолого-педагогических, социальных и пр. наук, имеет синонимы: «социально-психологический климат», «психологический микроклимат» «психологическая атмосфера» и т. д. В научной литературе представлено большое количество определений данного понятия: мы за основу возьмем определение Г. М. Андреевой: психологический климат — это «общий эмоционально-динамический настрой, в котором отражаются установившаяся система взаимоотношений, господствующее настроение, удовлетворенность, привлекательность работы, стабильность и рост кадров, единство коллективных и личных це-

лей, степень совмещения официальных и неофициальных структур организации» [1]. Интерес к данному определению обусловлен его содержанием — в нем отражены, по сути, компоненты, воздействие на которое позволит управлять психологическим климатом в коллективе. Так, чтобы психологический климат в трудовом коллективе был благоприятным, необходима работа по развитию благополучных взаимоотношений работников, повышение привлекательности работы и пр. Также в управлении психологическим климатом в трудовом важна работа с факторами, его формирующими.

Под факторами психологического климата мы понимаем те организационные и психологические условия жизнедеятельности члена коллектива, которые влияют на формирование общепсихологического климата. В научной литературе обозначаются различные представления о факторах психологического климата в трудовом коллективе — так, психологический климат зависит от того [2–6]:

— каковы индивидуально-психологические качества как руководителя организации, так и их подчиненных (В. И. Петрушин в данном контексте индивидуальными особенностями личности считал принципиальность, общительность, дисциплинированность,

ответственность, культуру поведения, активность во взаимоотношениях — их выраженность у трудового коллектива будет положительно влиять на формирование психологического климата [5]), насколько члены коллектива профессионально компетентны;

- насколько психологически совместимы члены трудового коллектива (В. И. Маслов говорит об эффекте сочетания отмеченных ранее качеств личности [3]: совпадают ли их темпераменты, направленности деятельности, психологические качества и пр. в трудовой деятельности), сработаны ли они, насколько хорошо выстроены эмоциональные связи между ними (понимают, сочувствуют, сопереживают ли они друг другу);
- успешны ли работники в профессиональной деятельности, удовлетворены ли они своим трудом, местом работы, местом в трудовом коллективе и пр.;
- понимают ли работники общую цель деятельности, совпадают ли общие цели с целями места, где они работают;
- какой стиль управления коллективом был избран администрацией в целом, конкретно руководителем организации, какие методы взаимодействия с подчиненными используются, каково отношение руководителей к своим подчиненным, какая социальная дистанция выстраивается между администрацией и коллективом;
- как выстроены коммуникации между руководством и подчиненными, является ли коллектив информированным (так, отсутствие полной или наличие

неточной информации, скорость ее донесения коллективу, ведет к возникновению недоверия и негативно-настроенного отношения к администрации конкретной организации).

- как выстроена система оплаты труда, существует ли система поощрения, стимулирования, адекватно ли оценивается труд работника, признаются ли результаты его деятельности не только администрацией, но и коллективом в целом;
- как организованы условия труда, как оборудованы рабочие места, как организована «производственная (рабочая) ситуация» (А. В. Морозов); пр.

Совокупность перечисленных факторов и составляет психологический климат в трудовом коллективе. Благоприятные отношения между сотрудниками требуют формирования, а, следовательно, администрация организации должна разработать и применить меры для эффективного управления социально-психологическим климатом.

Итак, нами выявлено большое многообразие факторов формирования психологического климата: это и совместимость коллектива, и позиция руководителя и стиль управления коллективом, и характер его коммуникаций с подчиненными, и организация труда, системы оплаты труда, стимулирования в организации и пр. Знание факторов формирования психологического климата в трудовом коллективе видится нам крайне важным: понимание того, что его формирует, может определять меры и сущность управленческого воздействия на его компоненты. Иначе говоря, понимая, что влияет на формирование психологического климата в коллективе, мы сможем им управлять.

Литература:

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учебник. М.: Аспект Пресс, 2017. 362 с.
2. Касаткина Н. С., Аксенова И. С. Формирование благоприятного социально-психологического климата в педагогическом коллективе // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2013. № 10. С. 84–91.
3. Маслов В. И. Перспективы развития стратегического управления персоналом в России // Менеджмент в России и за рубежом. 2004. № 1.
4. Морозов А. В. Деловая психология: учебник. М.: Академический проект, 2005. 1035 с.
5. Петрушин В. И. Психология менеджмента. М.: Институт практической психологии, 1996. 352 с.
6. Шкердина А. А. Факторы, определяющие социально-психологический климат трудового коллектива (обзор литературы) // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2018. № 4.

Исследование представлений о родительстве у женщин репродуктивного возраста посредством проективной методики «незаконченные предложения»: субъективно-семантический подход

Косинова Марина Александровна, студент магистратуры
Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева

Происходящие в настоящее время социальные изменения практически во всех сферах жизни общества, безусловно затрагивают и сферу родительства.

Вопросами семьи, определением роли родителей в воспитании детей, исследованием взаимоотношений детей и родителей, выявлением стилей и стратегий семейного воспитания занимались многие исследователи (Д. Вольф, В. Н. Дружинин, И. С. Кон, М. И. Лисина, Э. Мэин и др.).

Поскольку феномен «родительство» продолжительное время анализировался преимущественно в социологическом научном направлении. Как подчеркивает Е. Г. Смирнова в своем исследовании, анализ существующих работ, посвященных изучению феномена родительства, позволил заключить, что на сегодняшний день более или менее исследованы лишь его социокультурные аспекты (Т. А. Гурко, И. С. Кон, М. Мид), общая структура (М. О. Ермихина, Р. В. Овчарова), гендерные аспекты (В. А. Рамих, Г. Г. Филиппова) и отдельные компоненты (С. С. Жигалин, Е. В. Милюкова, А. С. Спиваковская, Л. Б. Шнейдер и др.).

Наиболее актуальным в настоящее время становится понимание родительства как особой социальной роли. В западной литературе даже появился новый термин для определения этого явления — *parenthood*. [7]

Сферой интересов нашего небольшого исследования стало родительство как социально-психологический феномен, представляющий собой эмоционально и оценочно окрашенную совокупность знаний, представлений и убеждений относительно себя как родителя.

Л. Г. Почебут трактует социальные представления как наиболее сложное ментальное образование человека, поскольку оно соотносится с большим количеством психических явлений: памятью, верованиями, убеждениями, идеологиями. Часть этих ментальных образований все еще до конца не изучена, и возможно, не может быть изучена в принципе, что обусловлено постоянным усложнением психических процессов. [8]

И в соответствии с этим подходом нами были определены цели исследования:

1) Выявить особенности сформированных социальных представлений о родительстве в исследуемой группе девушек/женщин;

2) Проанализировать, описать результаты исследования и сделать выводы.

Основой исследования стала концепция социальных представлений С. Московичи и обобщенные исследования отечественных и зарубежных ученых (К. А. Абульханова-Славская, Г. М. Андреева, Е. Ю. Артемьева, Л. Г. Почебут).

В эксперименте приняли участие 60 женщин/девушек (респондентов) репродуктивного возраста. Все являются сотрудниками одной, достаточно большой, по численности персонала, организации, которая предоставляет услуги бухгалтерского, кадрового и налогового учета. Офис расположен в городе-миллионнике Красноярск. Возраст участниц 23–40 лет, часть уже имеет опыт родительства, часть сомневается или готовится в будущем таковыми стать. Все имеют высшее образование.

В качестве метода исследования мы выбрали проективный и соответственно методика, которую мы применили в рамках эксперимента, является тоже проективной.

Преимуществом проективных методик является то, что возможен широкий диапазон разнообразных решений. Нет понятия «правильных» и «неправильных» ответов. К преимуществам также мы относим тот факт, что цель проективных методик относительно замаскирована, это уменьшает возможность испытуемого давать такие ответы, которые позволяют произвести желательное впечатление о себе. За каждой такой интерпретацией содержится уникальная система личностных смыслов и особенностей когнитивного стиля субъекта.

В психодиагностике же понятие проекции рассматривается более широко — как способность человека отражать свой внутренний мир (опыт, желания, эмоции и т. д.) в своем поведении, взглядах на окружающее и продуктах деятельности. Проективные методики отличаются от других психодиагностических тестов целым рядом особенностей:

- 1) они позволяют изучить и дать развернутую характеристику личности в целом, а не отдельным ее качествам и свойствам;
- 2) эти методики основаны на ассоциативном мышлении и опыте человека;
- 3) в процессе выполнения задания испытуемому предоставляется полная свобода выбора ответа;
- 4) это неформализованные методы, поэтому они не дают точных оценок качеств личности, например, в баллах; психолог интерпретирует полученные результаты на основании своих знаний и опыта.

Многообразие методик дает психологам возможность выбора и почти неограниченные возможности изучения человеческой личности. Правда, в проективных методиках есть ограничение — сложность интерпретации и неизбежная субъективность выводов.

Проективная методика «Незаконченные предложения».

Данная методика позволяет получить описание родительского видения проблем и трудностей в развитии ре-

бенка, выявить зоны конфликтности и общности во взаимодействии. Кроме того, позволяет выявить личностные особенности самого родителя.

Методика незаконченные предложения в оригинальном варианте позволяет выявить осознаваемые и неосознаваемые установки человека, показывает его отношение к родителям, семье, к представителям своего и противоположного пола, к вышестоящим по служебному положению и подчиненным, к своим страхам и опасениям, к чувству вины, к прошлому и будущему, к жизненным целям. Все предложения теста можно объединить несколько групп, отражающих отношение личности к семье, межличностным отношениям, отношениям между мужчиной и женщиной и самовосприятию. Тест был разработан Джозефом М. Саксом и С. Леви в 1950 годах (Sacks sentence completion test, SSCT), относится к проективной диагностике, является вариацией техники словесных ассоциаций. Методика апробирована Г.Г. Румянцевым (1969), показавшим ее эффективность для проведения реабилитационных мероприятий.

Мы данную методику взяли за основу и разработали свой перечень незаконченных предложений, завершающие фразы которых позволили нам получить информацию о сформированных представлениях о родительстве, стереотипах, основания, на которые опираются испытуемые в построении родительской роли и их ожидания от родительства в целом.

Список незаконченных предложений

1. Когда я думаю о ребенке...
2. Родительство для меня ...
3. Родитель должен...
4. В обществе о родительстве принято ...
5. Родитель умеет...
6. Для компетенций родителя важно...
7. Факт рождения ребенка...
8. Ребенок требует...
9. Считаю, что мать...
10. Возможно, в родительстве может...

11. Думаю, как родитель я...
12. Родитель имеет право...
13. Самое приятное во взаимодействии с детьми...
14. Ведущая роль родителя на мой взгляд...
15. Если меня попросят поделиться опытом родителя, я обязательно...
16. Иногда родители...

Женщине предъявляется бланк на печатной основе с незавершенными предложениями. Психолог предлагает завершить предложения наиболее подходящей фразой. Испытуемый не ограничивается в ответе, может писать все, что хочет, считает важным и нужным. На вопросы об ожидаемом содержании и объеме текста психолог вновь повторяет инструкцию, указывая на полную свободу автора в определении этих моментов.

Результатом исследования на данном этапе стало выявление неединичных ответов, определен их вес.

Для всех ассоциаций, не являющихся единичными, была определена частота встречаемости (вес) и проведено ранжирование по данному показателю. Основанием для такого подхода мы выбрали исследования, Е. Ю. Артемьевой, в которых находит отражение следующая закономерность: отмечается, «если в группе из 20–30 человек ассоциация при описании какого-либо стимула использована тремя или большим количеством человек, то она использована неслучайно, и может быть включена в ассоциативную семантическую универсалию стимула для данной группы». На основе этого подхода мы выделили семантические единицы, которые встречались более 7 раз, исходя из общего количества участников эксперимента.

Каждое завершённое предложение мы занесли в отдельную таблицу, в которую внесли варианты ответов, часть из них сгруппирована по смысловому или синонимическому признаку.

Следующим этапом обработки данных стала интерпретация категорий ответов по весу, полученных на первом этапе обработки.

Предложения	Когда я думаю о ребенке...						
	Ответы	Радость/наполняет любовь	Счастье/	Улыбка	Думаю о семье	Волнуюсь/переживаю	?
Число	18	4	22	3	12	2	2
%	30	6,6	36,7	5	20	3,3	3,3

Предложения	Родительство для меня...						
	Ответы	Ответственность	Любовь	Труд	Счастье	Темный лес/неизвестность	Не думаю
Число	34	3	10	7	6	3	11
%	56,6	5	16,6	11,6	10	5	18,3

Предложения	Родитель должен...					
Ответы	Уметь все/ понимать/ любить	Быть другом ребенку	Решать/работать/отда- вать себя	Воспитывать /подавать пример/научать	Только себе/ быть счаст- ливым	Заботиться
Число	12	9	10	15	4	10
%	20	15	16,6	25	6,6	16,6

Предло- жения	В обществе о родительстве принято...							
Ответы	Говорить хорошо	Делится опытом/хва- стать	Как об обязанности/ требовании	Терпеть	Разное	Не гово- рить	Заботливое родитель- ство	Гордиться
Число	38	4	2	2	6	8	2	2
%	63,3	6,6	3,3	3,3	10	13,3	3,3	3,3

Предложения	Родитель умеет...						
Ответы	Все/быть всем	Заботиться	Учить/общаться	Любить	Принимать решения	Защищать	Понимать/про- щать
Число	24	8	6	4	2	6	20
%	40	13,3	10	6,6	3,3	10	33,3

Предложения	Для компетенции родителя важно...								
Ответы	Пере- давать опыт	Не важно	Быть са- модоста- точным/ Быть собой	Слышать и слушать/ понимать ребенка	Статус в обще- стве/ Пример	Следовать инстинкту	Ответ- ственность	Любить	Разви- ваться
Число	2	2	8	24	4	2	6	6	10
%	3,3	3,3	13,3	40	6,6	3,3	10	10	16,6

Предложения	Факт рождения ребенка...		
Ответы	Событие+/радость	Меняет жизнь/Новый этап	Ответственность/Обязательства
Число	28	28	10
%	46,6	46,6	16,6

Предложения	Ребенок требует...					
Ответы	Внимания	Заботы	Любви	Защиты	Сил/Энергии/Времени	Денег
Число	32	14	18	2	8	8
%	53,3	23,3	30	3,3	13,3	13,3

Предло- жение	Считаю, что мать...								
Ответы	Должна любить детей	Грубое слово/ может оши- баться	Поддержи- вать авто- ритет отца	Должна пони- мать и прислу- шиваться	Приятная работа	Не должна жерт- вовать собой	Пример	Должна быть счаст- ливой	Главная
Число	10	5	4	6	6	8	2	2	17
%	16,6	8,3	6,6	10	10	13,3	3,3	3,3	28,3

Предложения	Возможно, в родительстве может...					
Ответы	Не получаться многое/быть трудно/ошибки	Свой путь	Есть приятное	Неприятно	Разногласия/разочарование	Ограничения своих потребностей
Число	36	6	4	6	4	8
%	60	10	6,6	10	6,6	13,3

Предложения	Думаю, как родитель я...						
Ответы	Хороший	Не опытен/ Не во всем права	Добрый	Состоялся	Не состоялся еще	Строгий	Развиваюсь/ Буду хорошим
Число	18	8	4	4	10	2	19
%	30	13,3	6,6	6,6	16,6	3,3	31,6

Предложения	Родитель имеет право...										
Ответы	Воспитывать	На отдых	На личную жизнь	Решать за ребенка	Ругать/ограничивать/наказывать	Не имеет прав	Быть в помощь	Быть счастливым	Целовать своего ребенка	На ошибки	Знать все о ребенке
Число	10	14	14	2	12	2	2	2	4	2	2
%	16,6	23,3	23,3	3,3	20	3,3	3,3	3,3	6,6	3,3	3,3

Предложение	Самое приятное во взаимодействии с детьми...								
Ответы	Эмоции	Передавать опыт/ обучать/видеть результат	Общение	Обнимать	Радость	Ощущение нужности/Доверие	Целовать	Непосредственность ребенка	
Число	15	13	5	6	6	8	2	9	
%	25	21,6	8,3	10	10	13,3	3,3	15	

Предложение	Ведущая роль родителя...							
Ответы	Быть примером	Воспитывать	Любить	Отец	Помогать/Направлять/Поддерживать	Научить жить	Выполнять обязанности	
Число	6	11	4	1	33	8	4	
%	10	18,3	6,6	1,6	55	13,3	6,6	

Предложения	Если меня попросят поделиться опытом родителя, я обязательно...			
Ответы	Откажусь, все индивидуально	Поделюсь советом/помогу	Расскажу о заблуждениях	Нет опыта
Число	12	41	2	5
%	20	68,3	3,3	8,3

Предложение	Иногда родители...						
Ответы	Могут быть строгими грубыми/ Могут обидеть/Злятся	Устают	Хотят быть просто людьми	Могут ошибаться	Забывают о мнении ребенка	Чересчур опекают	
Число	20	6	4	18	2	4	
%	33,3	10	6,6	30	3,3	6,6	

Далее мы проранжировали все ответы, с занесением в единую таблицу.

	Количество (934)	Мера %	Семантические универсалии «Неслучайные» ассоциации				
Ребенок требует...	80	8,56	Внимания 53,3%	Любви 30%	Заботы 23,3%	Сил / Энергии / Времени 13,3%	Денег 13,3%
Родительство для меня...	68	7,28	Ответственность 56,6%	Обязанность 18,3%	Труд 16,6%	Счастье 11,6%	Неизвестность 10%
Факт рождения ребенка...	66	7,07	Событие/ Радость 46,6%	Меняет жизнь/Новый этап 46,6%	Ответственность/ Обязательства 16,6%		
Ведущая роль родителя...	62	6,64	Помогать/ Направлять/ Поддерживать 55%	Воспитывать 18,3%	Научить жить 13,3%	Быть примером 10%	Выполнять обязанности 6,6%
Когда я думаю о ребенке...	61	6,53	Улыбка 36,7%	Радость/наполняет любовь 30%	Волнуюсь/переживаю 20%	Счастье 6,6%	Новый этап 3,3%
Возможно, в родительстве может...	60	6,42	Не получаться/ Быть трудно/ Ошибки 60%	Ограничения своих потребностей 13,3%	Свой путь 10%	Неприятно 10%	Есть приятное 6,6%
Думаю, как родитель я...	59	6,32	Развиваюсь/ Буду хорошим 31,6%	Хороший 30%	Не состоялся еще 16,6%	Не опытен/ Не во всем прав 13,3%	Состоялся 6,6%
Для компетенции родителя важно...	58	6,21	Слышать/ Понимать ребенка 40%	Развиваться 16,6%	Быть самодостаточны/ Быть собой 13,3%	Ответственность 10%	Любить 10%
Если меня попросят поделиться опытом родителя, я обязательно...	58	6,21	Поделюсь советом/помогу 68,3%	Откажусь 20%	Нет опыта 8,3%		
В обществе о родительстве принято...	56	6	Говорить хорошо 63,3%	Не говорить 13,3%	Разное 10%	Делится опытом/ Хватать 6,6%	
Родитель имеет право...	54	5,78	На отдых 23,3%	На личную жизнь 23,3%	Ругать/Ограничивать/Наказывать 20%	Воспитывать 16,6%	Целовать своего ребенка 6,6%
Самое приятное во взаимодействии с детьми...	53	5,67	Эмоции 25%	Передавать опыт/ Обучать/ Видеть результат 21,6%	Непосредственность ребенка 15%	Ощущение нужности/ Доверие 13,3%	Обнимать/Целовать 13,3%
Родитель должен...	52	5,57	Воспитывать/Подавать пример/Научать 25%	Уметь все/ Понимать/ Любить 20%	Решать/Работать/Отдавать себя 16,6%	Заботиться 16,6%	Быть другом 15%
Иногда родители...	52	5,57	Могут быть строгими грубыми / Могут обидеть / Злятся 33,3%	Могут ошибаться 30%	Устают 10%	Хотят быть просто людьми 6,6%	Чересчур опекают 6,6%
Родитель умеет...	48	5,14	Все/Быть всем 40%	Понимать/ Прощать 33,3%	Заботиться 13,3%	Учить/общаться 10%	Защищать 10%
Считаю, что мать...	47	5,03	Главная 28,3%	Должна любить детей 16,6%	Не должна жертвовать собой 13,3%	Должна понимать и прислушиваться 10%	Приятная работа 10%

Проанализировав, представленный материал, мы отметили, что наибольшее количество ответов имеет категория «Ребенок требует...» (80 элементарных суждений – 8,56%), «Родительство для меня...» (68 суждений и соответственно 7,28%), «Факт рождения ребенка...» (66 элементарных суждений – 7,07% из общего числа). По факту, в этих категориях отражение нашли представления о родителе, которое имеют респонденты в данный момент своего развития. Так в первой категории мы отмечаем представление о функционале и качественные характеристики родителя. По представлениям родителей ребенок требует внимания (53,3%), любви (30%), заботы (23,3%), сил, энергии и уделяемого времени (13,3%), а также материального обеспечения (13,3%). Вторая категория дает нам возможность понимания субъективного представления женщин о родителе. И в большей степени оно характеризуется ответственностью (56,6%) наличием обязанностей (18,3%), предполагает труд (16,6%), наделено счастьем (11,6%) а также предполагает некоторую неизвестность (10%), в которую вкладываются разного рода нюансы не только недостатка компетенций, но разного рода отягощения внешних и внутренних факторов.

Третья категория дает представления о непосредственно факте появления ребенка и, главным образом, высказывания представлены женщинами, уже имеющими опыт родительства. В большинстве случаев, факт появления ребенка — это радостное событие (46,6%), данный факт запускает новый этап развития (46,6%), и с появлением

детей, родители связывают пересмотр, расширение круга обязанностей и зоны своей ответственности (16,6%).

Изучив, таким образом представления о родителе у современных женщин репродуктивного возраста посредством выделения семантических универсалий в рассуждениях о данном феномене, мы выделили на их основе компоненты представления, в которые вошли следующие категории: уделение внимания и любви своему ребенку, которое обязательным образом предполагает трату на это сил, энергии и времени и денежных средств. Обязательным компонентом родительства становится наличие ответственного подхода, расширение зон ответственности и обязательств, трудовых ресурсов, но все усилия, как правило, компенсируются счастьем, хотя имеют некоторые нюансы неизвестности.

Перечень компонентов, отвечает запросам времени и ментальности. Безусловно, одним из определяющих моментов стало то обстоятельство, что в исследовании приняло участие группа прогрессивной части населения: активная, с высшим образованием, социально защищенная работодателем.

Результаты исследования могут быть использованы школьными педагогами-психологами и психологами — консультантами, для определения путей и способов развития позитивных социальных представлений о родителе у женщин репродуктивного возраста, а также для использования специалистами в рамках работы с детско-родительскими отношениями.

Литература:

1. Абульханова К. А. Психология и сознание личности (проблемы методологии, теории и исследования реальной личности): избранные психологические труды М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1999. 224с.
2. Андреева Г. М. Психология социального познания М.: Аспект Пресс, 2009. С. 303.
3. Артемьева Е. Ю. Основы психологии субъективной семантики. Издательство: Наука, Смысл. 1999. 350 с.
4. Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд // Психологический журнал, 1995. Т. 16. № 1. С. 3–18.
5. Московичи С. Методологические и теоретические проблемы психологии. // Психологический журнал, 1995. Т. 16. № 2. С. 3–14.
6. Овчарова Р. В. Психологическое сопровождение родительства. — М.: Изд-во Института Психотерапии, 2003. — 319 с.
7. Поливанова К. Н. Современное родительство как предмет исследования // Психолого-педагогические исследования. 2015. Том 7. № 3. С. 1–11.
8. Почебут Л. Г., Мейжис И. А. Социальная психология. Учебное пособие. Изд-во «Питер». 2010. — 672 с.
9. Психолого-педагогическая диагностика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 320 с.
10. Семья и родительство в современной России: Отчет о результатах исследования. — М: Фонд поддержки детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, 2009. — 49с.
11. Смирнова Е. Г. Психолого-педагогическое сопровождение формирования осознанного родительства в молодой семье: дисс... канд. псих. наук: 19.00.07. — Екатеринбург, 2009. — 232 с.

Взаимосвязь социального интеллекта и профессионального выгорания молодых сотрудников органов внутренних дел

Мысак Мария Сергеевна, студент магистратуры;
Матвеева Виктория Олеговна, студент магистратуры

Самарский государственный социально-педагогический университет (г. Самара)

В статье представлено исследование о наличии взаимосвязи социального интеллекта и уровня профессионального выгорания молодых сотрудников органов внутренних дел.

Ключевые слова: социальный интеллект, эмоциональное выгорание, понимание эмоций, профессиональное истощение, стрессоустойчивость.

Социальный интеллект играет значимую роль во многих сферах человеческой деятельности: во взаимоотношениях с коллегами по работе, друзьями, в образовании, да и в целом в общении с людьми. Высокий уровень социального интеллекта — это важное условие для работников, чья профессия связана с «человек-человек» и большое значение он имеет в работе современного сотрудника органов внутренних дел. Сейчас большое внимание общества обращено на умение правильно видеть, оценивать и понимать действия человека в различных ситуациях, общаться с людьми. Под социальным мы рассматриваем способность человека понимать своё собственное поведение, поведение другого человека, а также способность действовать в зависимости от ситуации, в следствии чего определяется успешность социального взаимодействия [5, 11]. Эмоциогенные особенности деятельности сотрудников органов внутренних дел могут способствовать возникновению и развитию эмоционального выгорания. Не правильно организованная работа с коллективом, работа со спецконтингентом, не совпавшие ожидания от работы у молодого сотрудника. Все эти факторы могут спровоцировать состояние эмоционального, физического, психического истощения в резуль-

тате неразрешенного стресса на рабочем месте [1, 336]. Главное психологическое качество, которое обеспечивает стрессоустойчивость, является уровень личностной зрелости. В данном случае подразумевается степень осознания и понимания себя, способность брать на себя ответственность, принимать решения и делать выбор, умение строить гармоничные отношения с другими людьми, высокий уровень рефлексии, умение определять приоритеты и последовательность в решении проблем. Все эти характеристики входят в понятие социального интеллекта [2, 400].

Экспериментальной базой для данного исследования стали 65 молодых сотрудников ОВД в возрасте от 21 до 34 лет и со стажем работы от 1 года до 4 лет из них 43 мужчины и 22 женщины. В результате диагностики социального интеллекта были получены следующие данные, представленные на рис. 1. Низким уровнем развития социального интеллекта обладают 10 испытуемых, уровень ниже среднего показали 35 сотрудников МВД, средним уровнем развития социального интеллекта обладают 18 человек, и, наконец, уровень выше среднего показали 2 человека. Категория сотрудников, показавших высокий социальный интеллект, в данном исследовании отсутствует.



Рис. 1

Результаты диагностики уровня эмоционального выгорания молодых сотрудников МВД следующие: в стадии эмоционального выгорания находятся 18 сотрудников, что составило 27,6% (рис. 2). Переживают первую фазу стресса — «напряжение» 11 сотрудников, что составило 17% всех испытуемых. У 2 человек фаза сформированная, у 10 наблюдается процесс формирования фазы. Для 14 человек (21,5%) доминирующим симптомом является переживание психотравмирующих обстоятельств. Для 20 молодых сотрудников (52%) доминирующим симптомом

является тревога или депрессия. Фаза резистенции в разной степени формирования характерна для 49 сотрудников МВД (75,3%). Доминирующими симптомами в этой фазе стресса стали экономия эмоций (35 человек — 53,8%), неадекватные реакции (17 человек — 26,1%) и редукция профессиональных обязанностей (19 человек — 29,2%). Фаза истощения характерна для 14 сотрудников органов внутренних дел, что составило 21,5%. Доминирующими симптомами в этой фазе стресса стали психосоматические нарушения (7 испытуемых — 10,7%).



Рис. 2

Существует ряд методов, позволяющий избежать или снизить уровень выгорания. В первую очередь можно использовать различные тренинги и игротехники. Следует проводить мероприятия, которые повышают работоспособность, обостряют внимание, способствуют сплочению сотрудников. В основном используются деловые и ролевые игры, ситуативный тренинг, тренинг терпимости к раздражающим факторам. Подобного рода обучение является, пожалуй, самым эффективным средством избежания выгорания. Человека в таком случае нацеливают и стимулируют на успех в работе с целью преодоления себя. Участие в тренингах, курсах повышения квалификации, выездных

семинарах это становится сильным стимулом для преодоления выгорания. Другой способ избежать выгорания — это новизна. Смена деятельности, введение технических новшеств, перемена места жительства, может оказаться продуктивным средством. В крупных организациях существует так называемая «ротации персонала». [4,54–80].

Такие данные говорят о том, что высокий уровень понимания эмоциональных состояний других людей, их переживаний и чувств способствует понижению эмоционального дефицита, личной отстраненности, возбудимости, и повышению эмоциональных реакций, тем самым предотвращая эмоциональное выгорание.

Литература:

1. Водопьянова, Н. Е. Синдром выгорания: диагностика и профилактика / Н. Е. Водопьянова, Е. С. — 2-е изд. — СПб.: Питер, 2009. — 336 с.
2. Либина, А. В. Совладающий интеллект: человек в сложной жизненной ситуации / А. В. Либина. — М.: Эксмо, 2008. — 400 с. Карпов, А. В. Психология эмоционального интеллекта: теория, диагностика, практика: монография / А. В. Карпов, А. С. Петровская. — Ярославль: ЯрГУ, 2008. — 344 с.
3. Орел, В. Е. Синдром выгорания в современной психологии: состояние, проблемы, перспективы / под ред. В. В. Лукьянова, Н. Е. Водопьяновой, В. Е. Орла и др. — Курск: Курск. гос. ун-т, 2008. — С. 54–80.
4. Ушаков, Д. В. Социальный и эмоциональный интеллект: надежды, сомнения, перспективы. Социальный и эмоциональный интеллект: от процессов к измерениям М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. — С. 11 с.

Социально-психологические условия развития управленческих компетенций сотрудников ИТ-сферы

Решетина Алёна Николаевна, студент;

Тодышева Татьяна Юрьевна, кандидат психологических наук, доцент
Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева

В статье рассматривается понятие управленческих компетенций и определяются социально-психологические условия для их развития. Какими навыками должен обладать технический сотрудник ИТ-отдела, чтобы стать достойным управленцем и какие условия необходимо обеспечить для развития компетенций? Цель статьи: выявить недостающие управленческие навыки сотрудников ИТ-отделов и описать необходимые социально-психологические условия. Методологию исследования составляют анализ и обобщение литературы в сфере информационных технологий и психологии, научно-исследовательских работ зарубежных и отечественных ученых, признанных научным сообществом.

Ключевые слова: управленческие компетенции, ИТ-сфера, навыки управления, социально-психологические условия.

По словам Г. Гартнера, управление информационными технологиями (ИТ) — это набор процессов, которые обеспечивают эффективное и действенное использование ИТ для достижения организации своих целей. Как правило, ответственность за управление ИТ несут руководители высшего звена. Но все чаще это управление делегируется менеджерам информационных отделов [7].

Для управления ИТ-отделом необходимы те же основные навыки управления бизнесом, которые требуются для управления любым другим бизнес-подразделением (лидерство, межличностные отношения, коммуникация, планирование, организация, управление, администрирование, управление ресурсами) [4]. Но, помимо основных управленческих навыков, ИТ-менеджеру необходимо обладать несколькими дополнительными, обусловленными сложностью информационных технологий, быстрыми тем-

пами появления новых технологий и уникальными навыками, необходимыми для разработки и администрирования различных систем.

Для того, чтобы определить недостающие управленческие компетенции (навыки) ИТ-сотрудников, претендующих на должность менеджера, было проведено исследование. В исследовании приняло участие 45 респондентов мужского пола — сотрудники ИТ-отделов, выполняющие технические функции и проявившие желание перейти на управленческую должность. Респондентам предлагалось пройти опрос и экспресс-диагностику профессионально-деятельностных ограничений руководителя (М. Вуджук, Д. Френсис) [6]. В опроснике приведено 42 утверждения, которые демонстрируют сильные и слабые стороны сотрудника как у руководителя. Для наглядности, результаты опроса (слабые стороны) представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Слабые стороны сотрудников ИТ-отделов (экспресс-диагностика профессионально-деятельностных ограничений руководителя)

Был проведен анализ ответов респондентов, полученных при экспресс-диагностике и опросе, включающем проверку знаний следующих аспектов: цели и задачи организации; ключевые продукты; особенности отрасли, в которой

функционирует компания; основы делового общения; аналитические способности. На основе анализа сформирован список недостающих управленческих знаний сотрудников ИТ-сферы (табл. 1).

Таблица 1. Недостатки управленческие знания сотрудников ИТ-сферы

Знание/навык	Содержание	Количество респондентов (45)
Опыт использования продукта в качестве конечного потребителя	Разработчики не пользуются конечным продуктом и не могут оценить его рентабельность, дизайн, удобство использования и т. д. Их интересует только техническая сторона вопроса.	5
Аналитика	Одна из основных задач менеджера — оценить функцию продукта, выявить достоинства и недостатки на основе собранных данных. Для этого нужны экономические знания.	13
Выстраивание взаимоотношений	Общение с инвесторами, акционерами, клиентами, согласование изменений и другие коммуникативные задачи.	7
Знание целей компании и положение дел в отрасли	Руководитель ИТ-службы Университета штата Аризона Г. Уишон утверждает: «Если вы будете ориентироваться исключительно на технологию, не понимая, какие цели стоят перед бизнесом, вы не сможете затем на эту технологию опираться, — указал Г. Уишон. — Чтобы выдавать рекомендации по выбору технических решений, нужно хорошо ориентироваться в проблемах, которые приходится решать компании» [8].	16
Умение влиять на людей	ИТ-менеджеру нужно уметь убеждать других в правильности своей точки зрения и предлагаемых решениях. Он должен продемонстрировать ценность того или иного проекта и сплотить людей, подразделения и поставщиков вокруг общей цели. «Важнейшим качеством эффективного ИТ-директора является умение отразить те ценности, которые информационные технологии открывают перед бизнесом, и подчеркнуть вклад ИТ-подразделения в общий успех организации», — отметил Г. Уишон [8].	3
Умение управлять собой	Навыки саморегуляции.	5
Умение обучать	Создание благоприятных условий для личного роста сотрудников, а также определение возможностей каждого отдельного работника, поиск приемлемых средств для их раскрытия и проведение постоянных консультаций [5].	6
Способность творчески решать проблемы	Творчество как реальная и острая потребность практики развития, антипод бюрократизации, технократизма, излишней централизации управления, консерватизма, догматизма. В то же время оно способствует проявлению инициативности, самостоятельности, заинтересованности.	7

Условия — это основные элементы и характеристики окружающей среды, в которых происходит процесс развития личности. В процессе развития профессиональных компетенций выделяют следующие социально-психологические условия: необходимые и достаточные. Рассмотрим их более подробно.

Необходимые условия — это условия развития личности, включающие в себя внутренние объективные закономерности развития личности. Примером данных условий может служить мотивация сотрудника, активная направленность, ценности и смыслы, профессиональный имидж.

Требования к профессиональному имиджу сотрудников ИТ-сферы претерпели большие изменения за последние 10 лет. Раньше у данных сотрудников не было необходимости устанавливать личный контакт с окружающими, так как наблюдался дефицит компетентных сотрудников и им отводилась исключительно техническая роль. В настоящее время, процент конкурентоспособных сотрудников в сфере

информационных технологий значительно вырос и практических знаний в отрасли становится недостаточно.

Мы провели опрос пяти руководителей организаций Красноярска и Санкт-Петербурга, которые ответили на ряд вопросов, связанных с наймом ИТ-сотрудников и влиянии имиджа.

Были получены следующие результаты исследования:

1. 80% руководителей вывели значимость имиджа сотрудника ИТ-сферы. По их мнению, сейчас нет никакого значения в том, кого они собеседуют: менеджер, программист, бухгалтер. Любой сотрудник должен выглядеть опрятно и стильно. Цель — увеличение профессиональных связей и их улучшение. Внешний облик делового человека является наглядной многомерной информацией: об экономических возможностях, эстетическом вкусе, принадлежности к профессиональному слою, отношению к окружающим людям и т. д. Внешний вид оказывает психологическое воздействие на партнеров по общению.

2. 100% руководителей отметили важность наличия навыков делового общения сотрудников ИТ-сферы. В 21 веке программист должен уметь не только продать техническое оборудование, но и научить им пользоваться. Раньше конфликтность и некоммуникабельность сотрудников данной отрасли списывали на психологические особенности, сейчас же на рынке появляются открытые специалисты, которые умеют общаться тактично, поэтому требования стали выше.

К необходимым условиям относится внутренняя и внешняя мотивация сотрудников. В современном менеджменте выделяют два вида мотивации: внешняя и внутренняя. Под внешней мотивацией предполагается стимулирование сотрудников фирмы. Факторами внешней мотивации обычно выступают: зарплата, поощрительные бонусы, льготы и т. д. Если же говорить о внутренней мотивации, то здесь мы будем понимать стремления и цели, которые исходят от самого человека [1, с.432].

Стимулирование сотрудников ИТ-сферы материальными средствами считается неэффективным, так как заработная плата на рынке достаточно высокая. Мотивирование возможно через следующие психологические ценности: власть и признание (запрос самих сотрудников на переход в управление).

Наряду с мотивацией и имиджем важное значение имеет активность самих сотрудников. Именно активность обеспечивает взаимодействие с окружающим миром, приспособление к окружающей среде и её изменение, стимулирует участие личности в жизни и деятельности [2, с.336].

Активность сотрудника характеризуется целенаправленностью, мотивацией, осознанностью, эмоциональностью, инициативностью и ситуативностью. Активность соотносится с деятельностью, обнаруживает её динамичность, движение. Профессиональная активность есть важнейшее качество личности, способность изменять окружающую действительность в соответствии с собственными потребностями, взглядами и целями [3, с.127].

Достаточные условия развития в своей основе имеют причины, основания и противоречия развития. К достаточным условиям развития управленческих компетенций сотрудников ИТ-сферы относится организационная культура.

В заключение можно сделать вывод, что технический сотрудник ИТ-отдела, претендующий на роль менеджера, должен обладать следующими управленческими качествами: умение управлять собой, наличие четких личных ценностей, способность к саморазвитию, способность творчески решать проблемы, умение влиять на людей, умение обучать, знание продукта и целей компании. Для развития управленческих компетенций необходимо обеспечить следующие социально-психологические условия: необходимые (мотивация сотрудника, активная направленность, ценности и смыслы, профессиональный имидж) и достаточные (развитие организационной культуры). Следует отметить, что дальнейшие исследования будут направлены на создание программы по созданию социально-психологических условий для развития управленческих компетенций сотрудников ИТ-сферы.

Литература:

1. Аширов Д. А. Управление персоналом. — М.: Проспект, 2008. — 581 с;
2. Зеер Э. Ф. Психология профессий. — М.: Академический Проект, 2005. — 399 с;
3. Петровский А. В., Ярошевский М. Г. Основы теоретической психологии. — М.: ИНФРА-М, 1998. — 528 с;
4. Понятие менеджмента и его характерные черты // StudFiles. URL: <https://studfiles.net/preview/2890801> (дата обращения: 24.09.2019);
5. Рыженкова И. А. Полный курс МВА. Профессиональные навыки менеджера. — М.: Эксмо, 2011. — 228 с;
6. Экспресс-диагностика профессионально-деятельностных ограничений руководителя // GURUTESTOV.RU. URL: <http://www.gurutestov.ru/test/220> (дата обращения: 24.09.2019);
7. IT Management: Principles and Software // IT manager Daily. URL: <http://www.itmanagerdaily.com/it-management> (дата обращения: 06.08.2019);
8. Six features of a successful CIO // OSP. URL: <https://www.osp.ru/cio/2013/05/13035714> (дата обращения: 30.08.2019).

Взаимосвязь личностной тревожности и уровня нормального и патологического перфекционизма у студентов

Сединина Наталья Степановна, доктор медицинских наук, доцент;
Касимова Регина Мусаевна, студент;
Зейналов Хикмет Халид оглы, студент

Пермский государственный медицинский университет имени академика Е. А. Вагнера

Студенческий возраст является важным периодом в жизни человека, в течение которого он определяется со своим профессиональным выбором, обретает чувства взрослости и идентичности, планирует свое будущее. Значимыми являются учебные и профессиональные достижения, которые укрепляют веру в себя и свою способность к продуктивной деятельности, и одновременно закладывают базу для успешной самореализации в будущем. Однако препятствием для таких достижений может стать как личностная тревожность, так и перфекционизм, при котором личность устанавливает для себя недостижимо высокие стандарты и нереалистичные цели, что может повлиять на выполнение работы вплоть до полного отказа от нее или возникновения депрессивного состояния у студента [5].

Существуют различные исследования, рассматривающие факторы, которые оказывают влияние на успешность учебной деятельности студентов. В некоторых из них различают мотивацию достижений и мотивацию избегания неудач. В процессе обучения в высших медицинских учебных заведениях к студентам предъявляются высокие требования, которые не всегда соответствуют психоэмоциональной готовности учащихся. Все трудности, которые приходится решать студентам, неизбежно влекут за собой чувство тревоги [6]. Тревожность — это свойство, индивидуальная психологическая особенность, проявляющаяся в склонности человека часто переживать сильную тревогу по относительно малым поводам. В некоторых случаях тревожность является субъективным проявлением неблагополучия личности. Современные исследования направлены на различение ситуативной тревожности, связанной с конкретной внешней ситуацией, и личностной тревожности, являющейся стабильным свойством личности [5]. Тревожность как черта личности связана с генетически детерминированными свойствами функционирующего мозга человека, обуславливающими постоянно повышенный уровень эмоционального возбуждения. Она может рассматриваться как личностная черта, проявляющаяся в постоянной склонности к переживаниям тревоги в самых различных жизненных ситуациях, в том числе и таких, которые объективно к этому не располагают. Она характеризуется состоянием безотчетного страха, неопределенным ощущением угрозы, готовностью воспринять любое событие как неблагоприятное и опасное. Закрепляясь в процессе становления характера, это приводит к формированию заниженной самооценки и мрачного пессимизма [1].

Проблема перфекционизма привлекает интерес как амбивалентный феномен, значимость которого растет в контексте представлений об изменяющейся личности. Традиционно перфекционизм как стремление к совершенству привлекал внимание психологической науки в контексте проблем психического и психологического неблагополучия личности. Однако в прошлом столетии американским психологом Д. Хамачком было высказано предположение о существовании двух принципиально различных типов перфекционизма. В русле данной концепции нормальные перфекционисты побуждаемы стремлением к успеху и способны учитывать собственные ресурсы и ограничения, ставить перед собой реалистичные цели и изменять личные стандарты в соответствии с жизненной ситуацией, в то время как патологические перфекционисты побуждаемы страхом неудачи и склонны к жесткой самокритике, концентрации на нереалистичных стандартах и переживанию перманентной вины за собственный неуспех [3].

В ряде исследований продемонстрированы яркие различия между данными типами перфекционизма. Нормальный перфекционизм связан со спектром адаптивных качеств личности: самоактуализацией, экстраверсией, доброжелательностью, добросовестностью, открытостью опыту, нонконформизмом, ответственностью, альтруизмом, зрелыми когнитивными схемами, переживанием удовольствия от деятельности, преобладанием активных копинг-стратегий, позитивной самооценкой, самоэффективностью, положительными интерперсональными качествами, уверенностью в себе [4]. Патологический перфекционизм связан с целым рядом дезадаптивных личностных характеристик: нейротизмом, дисфункциональными когнитивными схемами, эмоциональной дезадаптацией, преобладанием избегающих копинг-стратегий, иррациональным мышлением, прокрастинацией, склонностью к самокритике, самообвинению и обвинению других [2].

Невозможно оставить без внимания и тот факт, что есть непосредственная связь между типом перфекционизма, уровнем тревожности и успеваемостью студентов. Данные ранее проведенных исследований указывают на то, что повышение показателей перфекционизма влечет за собой увеличение показателей тревожности [7], а студенты, учащиеся на «отлично», имеют более высокий уровень личностной тревожности по сравнению со студентами, успевающими посредственно [8]. Теоретическим основанием данных исследований служило представле-

ние о перфекционизме как о негативном феномене, отражающем нереалистичные стандарты и требования по отношению к себе.

Актуальность данной работы заключается в том, что патологический перфекционизм довольно ярко проявляет себя в структуре личностной тревожности и становится все более распространенными. Негативные последствия выражаются не только в снижении успешности и продуктивности личности и препятствии ее развития как в учебной, так и в профессиональной среде, но и в острых эмоциональных переживаниях собственного неуспеха, чувства вины, неудовлетворенности результатами своей деятельности. Однако проблема взаимосвязи личностной тревожности и перфекционизма у студентов с различной успеваемостью в ключе нормального и патологического перфекционизма ранее не рассматривалась.

Методы и организация исследования.

Объект исследования — студенты лечебного факультета 4 курса ПГМУ: 30 «отличников» и 30 «не отличников».

Предмет исследования — особенности взаимосвязей уровня нормального и патологического перфекционизма и личностной тревожности у студентов с различным средним баллом успеваемости.

Цель: выявить особенности взаимосвязей уровня нормального и патологического перфекционизма и уровня личностной тревожности у студентов с различным средним баллом успеваемости.

Задачи:

1. Проанализировать литературу по проблемам личностной тревожности и перфекционизма.
2. Выявить уровень личностной тревожности у «отличников» и «не отличников».
3. Выявить показатели нормального и патологического перфекционизма у «отличников» и «не отличников».
4. Выявить взаимосвязь между уровнем нормального и патологического перфекционизма и уровнем личностной тревожности у «отличников» и «не отличников».

Гипотеза:

Существует связь между уровнем личностной тревожности и уровнем перфекционизма у «отличников»: чем выше уровень тревожности, тем менее выражен нормальный перфекционизм и более выражен патологический перфекционизм.

Для организации и проведения данного исследования были использованы следующие методы:

1. Метод анализа научно-методической литературы.
2. Тестирование по методике определения уровня личностной тревожности Ч. Спилбергера в обработке Ю.Л. Ханина.
3. Тестирование «дифференциальная диагностика перфекционизма» по методике А.А. Золотаревой.
4. Анкетирование с целью определения среднего балла зачетной книжки.
5. Методы математической статистики: расчёт среднего арифметического, коэффициента корреляции Пирсона.

Методика определения уровня личностной и ситуативной тревожности Ч. Спилбергера в обработке Ю.Л. Ханина

Методика Спилбергера — Ханина принадлежит к числу методик, исследующих психологический феномен тревожности. Этот опросник состоит из 20 высказываний, относящихся к тревожности как состоянию и из 20 высказываний на определение тревожности как личностной особенности. В данном исследовании оценивалась только личностная тревожность. Шкала реактивной и личностной тревожности Спилбергера является единственной методикой, позволяющей дифференцированно измерять тревожность и как личностное свойство, и как состояние. В нашей стране употребляется в модификации Ю.Л. Ханина (1976), которая им же была адаптирована к русскому языку.

Методика «Дифференциальная диагностика перфекционизма»

«Дифференциальный тест перфекционизма» был разработан А.А. Золотаревой и представляет собой оригинальную методику дифференциальной диагностики перфекционизма. Тест включает в себя 24 утверждения, включающих показатели по двум шкалам, измеряющим нормальный и патологический типы перфекционизма.

Результаты и их обсуждение

В качестве критерия успеваемости были определены оценки студентов за экзамены в период сессий. К «отличникам» отнесены студенты, у которых оценки только «отлично» по итогам сдачи сессий с первого по четвертый курсы. К так называемым «не отличникам» мы отнесли студентов, у которых есть оценки «удовлетворительно», «хорошо» и «отлично».

«Отличники» (5,0 «Не отличники» (<5,0))

Среднегрупповые значения по личной тревожности отличников = **(51,56666667)**

Среднегрупповые значения по нормальному уровню перфекционизма у отличников = **(58,76666667)**

Среднегрупповые значения по патологическому уровню перфекционизма у отличников = **(48,9)**

Корреляция между личностной тревогой отличников и их нормальным перфекционизмом = **(-0,610489932)**

Корреляция между личностной тревогой отличников и их патологическим перфекционизмом = **(0,561610204)**

Среднегрупповые значения по личной тревожности не отличников = **(45,96666667)**

Среднегрупповые значения по нормальному уровню перфекционизма у не отличников = **(56,9)**

Среднегрупповые значения по патологическому уровню перфекционизма у не отличников = **(43,9)**

Корреляция между личностной тревогой не отличников и их нормальным перфекционизмом = **(-0,291677246)**

Корреляция между личностной тревогой не отличников и их патологическим перфекционизмом = **(0,13253119)**

По результатам исследования по методике Спилбергера — Ханина нами было выявлено:

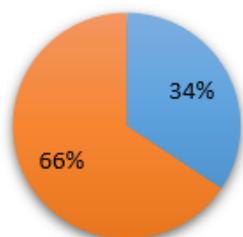
Среднегрупповые значения личностной тревожности «отличников» составляют 51,6, среди них:

- с низкой личностной тревожностью — 0% испытуемых (0 человек);
- с умеренной личностной тревожностью — 34% испытуемых (5 человек);
- с высокой личностной тревожностью — 66% испытуемых (25 человек).

Среднегрупповые значения личной тревожности «не отличников» 45,9, среди них:

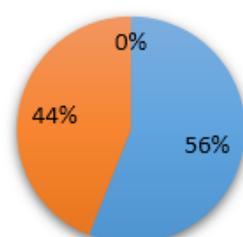
- с низкой личностной тревожностью — 0% испытуемых (0 человек);
- с умеренной личностной тревожностью — 56% испытуемых (17 человек);
- с высокой личностной тревожностью — 44% испытуемых (13 человек).

Личная тревожность "отличников"



■ средняя тревожность ■ высокая тревожность
■ низкая тревожность

Личная тревожность "не отличников"



■ средняя тревожность ■ высокая тревожность
■ низкая тревожность

При оценке уровня личностной тревожности по результатам тестирования с использованием «Шкалы личностной тревожности» Ч.Д. Спилбергера — Ю.Л. Ханина среди студентов было установлено, что высокий уровень личностной тревоги чаще встречается у «отличников», чем в группе «не отличников». Распространенность среднего уровня тревожности в группе «не отличников» была выше, чем у «отличников», однако у «не отличников» также имеется тенденция к повышению уровня тревоги. При этом ни в одной из групп не встречались лица, имеющие низкий уровень личностной тревожности. Таким образом, для студентов присуще выполнять разного рода деятельность ответственно, но отличники при этом испытывают большие и значительные психоэмоциональные нагрузки, и перенапряжение.

По результатам методики «Дифференциальная диагностика перфекционизма» было выявлено:

Среднегрупповые значения по нормальному уровню перфекционизма у отличников = (58,7), при этом у 12 студентов нормальный перфекционизм был выше нормы (40,0%), а у 18 студентов — ниже нормы (60,0%).

Среднегрупповые значения по патологическому уровню перфекционизма у отличников = (48,9), среди них у 25 студентов патологический перфекционизм был выше нормы (83,3%), у 5 студентов — ниже нормы (16,7%)

Среднегрупповые значения по нормальному уровню перфекционизма у не отличников = (56,9), при этом у 12 студентов нормальный перфекционизм был выше нормы (40,0%), а у 18 студентов — ниже нормы (60,0%).

Среднегрупповые значения по патологическому уровню перфекционизма у не отличников = (43,9), среди них у 16 студентов патологический перфекционизм был выше нормы (53,3%), а у 14 студентов — ниже нормы (46,7%).



Исследуя перфекционизм, было установлено, что в группе «отличников» преобладали студенты, нормальный перфекционизм которых был ниже нормы, а показатели патологического перфекционизма превышали норму. У таких учащихся перфекционизм имеет нездоровый характер с предъявлением достаточно высоких требований

как к себе, так и к качеству своей деятельности, и отражает скорее не позитивные, а негативные последствия стремления к совершенству. В группе «не отличников» также имеется тенденция к снижению показателей нормального перфекционизма и повышению показателей патологического, однако не такой выраженный по сравнению с группой «от-

личников». Таким образом, можно заметить, что многие студенты склонны к проявлению ряда дезадаптивных личностных характеристик.

Для выявления зависимости уровня личностной тревожности от уровня нормального и патологического перфекционизма у «отличников» и «не отличников» мы использовали корреляционный анализ Спирмена, который позволил выделить внутреннюю взаимосвязь между данными показателями. В результате исследования взаимосвязи типов перфекционизма и показателей личностной тревожности установлено, что у «отличников» с возрастанием показателей личностной тревожности увеличиваются показатели патологического перфекционизма и уменьшаются показатели нормального перфекционизма. В группе «не отличников» наблюдается та же зависимость, однако достоверность низкая.

Заключение. Проблематика изучения тревожности и перфекционизма личности в условиях современного общества представляет большой интерес для всего научного сообщества, так как студенческий возраст является сенситивным для появления и проявления данных тенденций у молодых людей, что объясняется влиянием учебных нагрузок, социальных, экономических и культурных факторов. Учитывая возрастные особенности в виде приобретения большей самостоятельности, формирования собственной философии жизни, максимальное достижение интеллектуальных и творческих способностей, стремления к самореализации и утверждению себя в учебной и межличностной сферах, могут способствовать формированию тревожных и перфекционных тенденций в среде студенческой молодежи.

Для каждого студента свойственно выполнять деятельность различного вида ответственно, но «отличники» при этом испытывают большие и значительные психоэмоциональные нагрузки, и перенапряжение. Большинство

студентов, рассмотренных в данном исследовании, склонны к проявлению ряда дезадаптивных личностных характеристик. Так при оценке уровня личностной тревожности у студентов было установлено, что высокий уровень личностной тревожности чаще встречается у отличников, чем в группе не отличников. Кроме того, по результатам данного исследования, у «отличников» и «не отличников» повышение показателей личной тревожности влечет за собой увеличение показателей патологического перфекционизма и уменьшение показателей нормального перфекционизма. Из этого следует, что для продуктивного развития личности необходимо стремиться к снижению личностной тревожности и формированию нормального перфекционизма как у «отличников», так и у «не отличников». Должны быть разработаны психологические рекомендации и проводиться тренинги, способствующие формированию адекватной самооценки и уровня притязаний. Студентам необходима помощь в самопознании: осознании ими своих как позитивных, так и негативных качеств личности, своих реальных возможностей и способностей, а также в последующем принятии выявленных личных качеств. Содействовать к формированию у студентов умения постановки целей в любой деятельности, в том числе профессионально-учебной, например, с помощью техники постановки целей SMART. Цели студентов должны быть конкретны, измеримы, достижимы и реалистичны, иметь временные сроки исполнения. Особенно важно способствовать развитию навыков гибкого поведения при реализации поставленных целей, то есть пониманию молодого поколения того, что успех имеет самые разнообразные формы и к его достижению ведут множество самых разнообразных путей. Таким образом, не следует недооценивать важность данной проблемы, так как формирование не только физически, но и психически и социально здоровой студенческой молодежи способствует становлению нового, прогрессивно развивающего общества.

Литература:

1. Андреева, Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. — М: Аспект Пресс, 2000. — 376 с.
2. Гаранян Н. Г. Типологический подход к изучению перфекционизма // Вопросы психологии. 2009. № 6. С. 52–60.
3. Золотарева, А. А. Методика дифференциальной диагностики перфекционизма / А. А. Золотарева // Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции молодых ученых. Т. 1 — СПб.: ЛГУ, 2010 — С. 23–27.
4. Малкина-Пых И. Г. Исследования взаимосвязи самоактуализации и перфекционизма в структуре личности // Мир психологии. 2010. № 1. С. 208–218.
5. Тащилина Е. А. Исследование прокрастинации и перфекционизма у студентов университета различных направлений подготовки: магистерская диссертация / Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Институт социальных и политических наук, Департамент психологии, Кафедра психологии развития и педагогической психологии. — Екатеринбург, 2014. — 79 с.
6. Турова А. Ю., Каде А. Х. Проявления психоэмоционального стресса у студентов-медиков в зависимости от успеваемости в период сессии [Текст] / Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2014. — № 5 — С. 145–146.
7. Хорошун М. Э. Особенности взаимосвязей перфекционизма и тревожности старшеклассников // Дискурс. 2016. № 2 (2). С. 282–287. (Психологические науки).

8. Медведева А. В. Взаимосвязь уровня тревожности с успеваемостью у студентов [Электронный ресурс] / А. В. Медведева. — Режим доступа: https://knowledge.allbest.ru/psychology/3c0b65625a3ad68a4c53b88521316d36_1.html — статья в интернете.

Сопровождение родителей в развитии детей с тяжелыми нарушениями речи

Шкуркина Ольга Игоревна, педагог-психолог

МБДОУ №9 «Детский сад компенсирующего вида» г. Кемерово

В данной статье раскрывается понятие тяжелые нарушения речи, описывается система сопровождения родителей детей с тяжелыми нарушениями речи, причины изменения в структуры личности дошкольника. Выявлены родительские позиции по отношению к своему ребенку с тяжелыми нарушениями речи.

Ключевые слова: тяжелые нарушения речи, сопровождение, дошкольники, родительские позиции.

Индивидуальный потенциал ребёнка может быть максимально раскрыт только в благоприятных условиях прочной и безопасной привязанности между ребенком и значимыми взрослыми. Дошкольники с тяжелыми нарушениями речи (ТНР) — это определенная категория детей с отклонениями в развитии, у которых сохранен слух, первично не нарушен интеллект, но есть значительные речевые нарушения, влияющие на становление психики [1].

Таким детям необходима дополнительная помощь и поддержка взрослых в изучении и познании окружающего мира. Поэтому необходимо сотрудничество педагогов и родителей в развитии детей с нарушениями речи, как самых значимых и включённых в их жизнь взрослых.

Т. Б. Филичева и Г. В. Чиркина, в своих работах отмечают, что дети с ТНР имеют затруднения в развитии познавательной деятельности, сниженную продуктивность запоминания, нарушения логической и смысловой памяти, с трудом овладевают мыслительными операциями [4]. Имеются нарушения практически всех форм межличностного взаимодействия и общения [2], Существенно отстаёт развитие игровой деятельности, имеющей, как и в норме, ведущее значение для общего психического развития и становления личности ребенка [3].

За последние десятилетия коренным образом изменилась социокультурная среда, которая влияет на формирование современных детей. Особенности их развития не всегда понятны не только старшему поколению, но и родителям. Традиционные методы воспитания, которые сформировали предыдущие поколения, не всегда оказываются эффективными для развития современного ребенка.

Ушла в прошлое традиционная патриархальная многодетная семья, состоящая из трех поколений. Сегодня ребенок воспитывается в окружении взрослых, в основном родителей, и ограничен в общении со сверстниками и со старшим поколением.

Практически исчезла дворовая культура. Ребенок чаще всего предоставлен сам себе. Соответственно, основные интересы ребенка вращаются вокруг видов деятельности, которые он может организовать сам, без участия партнера,

взрослого и сверстника. В большей степени это статичные виды деятельности (рисование, настольные игры, ТВ, видео, компьютерные игры).

В результате одиночество ребенка приводит к нарушениям эмоционально-волевой сферы. Дети испытывают затруднения в усвоении системы моральных норм и нравственных принципов, и, как следствие, в приобретении навыков эмпатийного поведения, необходимого в коммуникации.

Таким образом, изменения в структуре личности современного ребенка вызваны как внешними причинами:

- изменением социально-культурных и экономических условий,
- экологической среды;
- информационного и технологического пространства.

Также и внутренними причинами, связанными с наследственными факторами, нарушениями внутриутробного развития, родовыми травмами и различными заболеваниями в первые годы жизни, приводящими к органическому поражению центральной нервной системы, индикатором которого является качество речи.

Не только современные дети, но и их родители значительно отличаются от предыдущих поколений. Можно выделить следующие родительские позиции по отношению к своему ребенку с тяжелыми нарушениями речи:

Активная позиция. Родители данной позиции владеют некоторыми знаниями о проблемах своего ребенка и нарушениях развития. За консультацией к специалистам большинство из них обращаются самостоятельно. Для таких родителей характерна адекватная реакция, вовлеченность в совместный процесс психолого-педагогической помощи. Они позитивно настроены и принимают своего ребенка таким, какой он есть, осознавая свою ответственность. Родители адекватно оценивают перспективы развития ребенка и определяют свою роль в общем процессе его обучения и воспитания.

Условно-активная позиция. К взаимодействию со специальным педагогом родители не проявляют активного интереса. Их знания о проблемах ребенка поверхностны

и не систематизированы. Родители воспитывают своего ребенка интуитивно, считая своей задачей только обеспечение комфортного быта для него. Родители допускают возможность оказания ребенку коррекционно-педагогической помощи, но часто не понимают, в чем она заключается. Родители считают, что стимулирование развития дошкольников является лишь задачей специалистов, хотя услышать от них гарантированные результаты и благоприятные перспективы развития ребенка при своем минимальном участии.

Пассивная позиция. Родители характеризуются отсутствием знаний о структуре нарушений и особенностях развития своего ребенка. Для семьи факт рождения ребенка с проблемами в развитии оказывается особенно травматичным и труднопреодолимым. Выделяют две группы родителей с данной позицией. Одни не желают признавать истинного положения вещей, ссылаясь на некомпетентность специалистов, не согласны с диагнозом. Они ничего не хотят от консультации. Другие же, напротив, соглашаются с мнением специального педагога, но не принимают самого ребенка. Родители пытаются переложить все обязанности на специалистов образовательных учреждений и избегают личного участия в реабилитации ребёнка [5].

Система сопровождения родителей детей с ТНР более подробно раскрывается в трех основных этапах (процессах): адаптация, социализация и индивидуализация.

— Адаптация, заключается в устранении тревоги и поддержании баланса в системе «человек-среда», на основании опыта обеспечения безопасности в новой социальной среде.

— Социализация отражает внутреннее принятие ценностей значимых других, на основании опыта привязанности и совместной деятельности.

— Индивидуализация направлена на закладывание собственной автономной системы ценностей, на основании опыта успешности.

Литература:

1. Логопедия: Учебник для студентов дефектол. фак. пед. вузов / Под ред. Л. С. Волковой, С. Н. Шаховской. — М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1998. — 680 с.
2. Мастюкова, Е. М. Семейное воспитание детей с отклонениями в развитии / [Текст] Е. М. Мастюкова. — М.: Владос, 2004.
3. Ткаченко, Т. А. Если дошкольник плохо говорит / [Текст] Т. А. Ткаченко. — М.: Акцидент», 1997—112 с.
4. Филичева, Т. Б. Дети с общим недоразвитием речи. Воспитание и обучение. / [Текст] Т. Б. Филичева., Т. В. Туманова. — М.: Гном-Пресс, 1999.
5. Югова, О. В. Специфика родительской позиции семьи ребенка с ограниченными возможностями здоровья // Вестник Череповецкого государственного университета. — 2017. — № 2. — С. 200—201.

Таким образом, для преодоления нарушений в речевом развитии детей и поддержки их позитивной социализации (как присвоения нового опыта с радостью).

- родители на этапе адаптации получают необходимую информацию о ДОО, коллективе, традициях, особенностях развития и воспитания детей с учетом речевых нарушений и удовлетворяют потребность в безопасности;
- родители на этапе социализации включаются в совместную деятельность с педагогами и детьми, что повышает их психолого-педагогическую компетентность и формирует эмоциональную близость и доверие к педагогам и другим родителям;
- родители на этапе индивидуализации получают опыт успешности в своей родительской позиции, за счёт осознанного участия в достижениях своих детей как в коррекционно-развивающей работе, так и в творческой самореализации.

В результате реализации выбранного подхода на этапе адаптации формируется коллектив родителей, заинтересованных в партнёрских отношениях. Родители принимают участие в обсуждении образовательного маршрута по коррекции речи детей. Дети успешно адаптируются, опираясь на активную поддержку родителей.

На этапе социализации родители являются активными участниками коррекционно-развивающей работы, на основе сформированного положительного социально-психологического климата в среде участников образовательных отношений.

На этапе индивидуализации дети и родители имеют возможность почувствовать успешность в организованных формах сотрудничества. Родители поддерживают детей в презентации достижений в творческом и познавательном развитии.

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Поэтика логоцентризма в романах К. Маккарти

Авдеев Сергей Сергеевич, студент магистратуры

Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

Статья посвящена изучению романов американского писателя Кормака Маккарти как пространству, в котором доминирует логоцентрическая картина мира. На материале пяти романов (1985–2006 гг.) прослеживается эволюция идеи созидающего и разрушающего Логоса.

Ключевые слова: модернизм, современная американская литература, Кормак Маккарти, логос, логоцентризм.

Творчеству Кормака Маккарти посвящено множество научных работ, в которых анализируются частные аспекты его поэтики. Исследователи акцентируют внимание на героях, мотивной структуре, хронотопе, историческом контексте, но либо обходят стороной феномен логоцентричности всех романов американского автора, либо уделяют ему недостаточно внимания, в то время как, по нашему мнению, это одна из важнейших составляющих всей поэтики Маккарти. В рамках статьи мы, опираясь на материал романов позднего периода, постараемся доказать, что Маккарти последовательно преследует идею всепроникающего и создающего мироздание Логоса.

Введённое идеологами постмодерна понятие «логоцентризм» как нельзя лучше характеризует творческий метод Кормака Маккарти. Постмодернисты утверждают, что вся западная культурная традиция является тотально логоцентристской, т. е. «повсюду обнаруживается движение логоса, возводящего единичные особенности до понятия и позволяющего непосредственному опыту сознания развернуть, в конечном счете, всю рациональность мира» [6; с. 568]. Отсюда вытекает метафорический образ мира как книги, которую требуется лишь прочитать, чтобы сформировать из хаоса собственное мироздание. «Если мир — это повесть, то в ком, как не в читателе, она может обрести жизнь?» [3; с. 185] — говорит один из героев романа «За чертой». Тот факт, что постмодернисты отвергают эту точку зрения, является очередным подтверждением, что Маккарти — писатель классический, несмотря на его увлечения модернистскими приёмами, вроде свободной пунктуации или деконструкции жанра.

Когда говорят о логоцентрической картине мира в романах Маккарти, как правило выдвигают на авансцену последний опубликованный роман «Дорога» (2006), что закономерно, так как этот роман аккумулировал всю палитру смыслов и идей Маккарти, в том числе и идею всепроникающего Логоса. Однако эта идея проявляется и в остальных произведениях и, более того, претерпевает своеобразную

эволюцию, а потому сфокусированность на одном тексте лишает исследователя панорамного видения и возможности расширения смыслов. В статье мы не касаемся наиболее ранних романов, выполненных в другой стилистике, во многом ученических и подражательных. Сосредоточим внимание на втором периоде творчества — романах, написанных после 1980-го года, под заглавиями: «Кровавый меридиан» (1985), «Кони, кони» (1992), «За чертой» (1994), «Содом и Гоморра. Города окрестности сей» (1998) и «Дорога» (2006). Опираясь на эти произведения, мы последовательно докажем, что мир Маккарти логоцентричен и фоноцентричен, что автор во всём своём творчестве сознательно наделяет слово способностью структурировать бытие.

В «Дороге» безымянные отец и сын пытаются выжить в условиях постапокалипсиса. Отсутствие имён — первый симптом разрушения привычного мира, а вместе с ним и языка. Мальчик родился уже после событий, погрузивших мир в хаос, поэтому он не знает мир прошлого, знакомый его отцу. Отец и сам постепенно утрачивает воспоминания о былом: «Ощущение, что мир сокращается до размеров ядра атома. Названия предметов медленно испаряются из памяти вслед за самими предметами. Исчезают цвета. Породы птиц. Продукты. Последними ушли в небытие названия вещей, казавшихся незыблемыми. <...> Даже неизреченные вечные истины лишаются смысла. Силятся сохранить тепло, мерцают недолго и исчезают. Навсегда» [2; с. 81]. В каком-то смысле это роман о смерти языка, рассказывающий о разрушении не только мира, но и материала, из которого он сформирован. Вся накопленная за тысячи лет культура нивелируется. Сохранить абстрактные понятия о добре и зле в мире, населённом каннибалами, становится невозможно. Перед отцом стоит тяжелейшая задача вербального воссоздания ключевых понятий минувшего. Мир теперь рассматривается в упрощённых, конкретных терминах — отсюда и отсутствие имён. Система отношений

«отец-сын» восходит к архетипичным категориям и сразу создаёт иерархию с уже «вшитым» внутренним смыслом. Та же цель достигается чётким делением на «хороших» и «плохих» людей. Только после «навешивания ярлыков», вводится абстрактное понятие внутреннего огня, который теплится только в «хороших» людях, т. е. нравственно чистых. Усвоение ребёнком этой сложной метафоры — большой успех. Таким образом, отец по крупицам формирует в сознании ребёнка классическую морально-нравственную модель исчезнувшего человека буквально из ничего.

Если в «Дороге» отец создаёт мир посредством слова, то в «Кровавом меридиане» мир словом и разрушается, а рушит его судья Холден, дьяволоподобный философ. Уместно вспомнить фразу, прозвучавшую в «Дороге»: «*Бога нет, а мы его пророки*» [2; с. 151]. Она применима и к жестокому миру «Кровавого меридиана». Пророк — слово, имеющее глубокую этимологию, уходящее корнями в древнееврейский язык, где означало говорящего, носителя божьего слова. Слово судьбы Холдена имеет невероятный авторитет, но направлено оно на деконструкцию привычного мира, уничтожение традиций, морали, слом нравственной парадигмы. Он демонстрирует свои способности, едва появившись на страницах романа: забавы ради, он клеветает на читающего проповедь священника. Начиная со слабых нападок, вроде отсутствия разрешающих бумаг, он заканчивает свою анти-проповедь неправдоподобными обвинениями в сексуальном насилии над детьми и животными, вызывая гнев у паствы, которая верит каждому слову. Судья — анти-пророк, пишущий своё анти-Евангелие, причём в буквальном смысле: он зарисовывает и описывает окружающие его предметы и явления в своей тетради, после чего эти объекты уничтожает. На вопрос «зачем?» он отвечает, что «*его цель — вычеркнуть их из памяти человеческой*» [5; с. 164], т. е. стать единственным обладателем знания. «*Сущее ни на йоту не отличается от того, что о нём написано в книге*» [5; с. 165] — произносит судья, и читатель понимает, с какой книгой, изображающей весь мир, сопоставляется его тетрадь. Лишь дважды Библия напрямую упоминается в тексте. В первый раз она никак не помогает священнику, которого судья предаёт самосуду: «*О боже! воскликнул священник. Ложь, ложь! И стал лихорадочно читать что-то из раскрытой Библии*» [5; с. 7]. Второй раз книга упоминается в качестве бесполезного атрибута у центрального героя романа — мальчика — подростка, пытающегося, подобно мальчику из романа «Дорога», уяснить хороший ли он человек. Бесполезна она потому, что малец не умеет читать: «*у него была Библия <...> и он таскал эту книгу с собой, хотя не мог разобрать ни слова*» [5; с. 367].

Сопоставляя оба романа (хронологически первый и последний из рассматриваемого периода), мы можем увидеть совершенно отзеркаленную ситуацию. Отец является пророком-восстановителем, чьё слово воскрешает канувшие в небытие вещи, а судья — анти-пророком, сеятелем ре-

гресса и разрушения. Но в обоих случаях они используют одно мощнейшее оружие — *слово*.

Ещё одну зеркальную сцену из «Кровавого меридиана» можно наблюдать во второй книге пограничной трилогии — «За чертой». В обоих романах главные герои, малец и Билли Парэм, видят молящихся мексиканских старушек и подходят к ним. Малец рассказывает о себе, и рассказ его похож на исповедь: впервые он облакает в слова события своей многострадальной биографии. Он становится на колени, касается руки старухи и осознаёт, что говорил с высушенной мумией, застывшей много лет назад в молитвенной позе. В то время как женщина, которую встретил Билли Парэм, жива. Она прерывает молитву и сама рассказывает ему историю своей жизни. Выходит, что малец, в отличие от Билли, живёт в глухоманном, богооставленном мире, где невозможно быть услышанным, где умерло даже святое слово. Символично его коленапреклонение: будто бы приобщаясь к таинству молитвы, малец на самом деле приобщается к смерти, которая, кстати, придёт за ним уже в следующей главе.

Малец не находит возможности высказаться, в то время как в системе ценностей Маккарти это одна из важнейших человеческих потребностей. Его герои сакрализуют слово. Так, ковбои пограничной трилогии умирят коней, нашёптывая им что-то на ухо. Лишь однажды они задаются вопросом, понимают ли лошади слова, на что Джон-Грейди, поразмыслив, отвечает: «*Нет. На мой взгляд, они понимают то, что ты при этом думаешь*» [7; с. 62]. И это, мы считаем, важное разделение: совершенно ясно, что лошадям не знаком человеческий язык, непосредственная звуковая оболочка, однако герои не сомневаются, что они способны воспринять коммуникативную интенцию говорящего, внутренний смысл высказывания. Получается, что, с точки зрения Маккарти, слово обладает имплицитной силой воздействия даже на стихийное, природное начало.

Возвратимся к «Дороге». Для этого романа Маккарти выбрал максимально лапидарный стиль, и на то есть причины, непосредственно связанные с нашей темой. На особенности стиля обращает внимание Оливер Волкер в своей статье о бедности языка Маккарти. По его мнению, именно в этом романе форма напрямую связана с содержанием. «Язык и синтаксические структуры кажутся такими же пустыми и скудными, как пейзаж, по которому путешествуют отец и мальчик» [1; с. 78], благодаря чему читатель воспринимает «эстетику дефицита» в полном объёме. Как отец восстанавливает мироздание из хаоса, так и читатель собирает разрозненный, обделённый знаками препинания текст, прилагая интеллектуальное усилие, чтобы различить, где кончается одна сцена и начинается другая. К сожалению, в российском издании от этих особенностей текста избавились: знаки препинания на месте, диалоги оформлены по всем правилам, даже главки отделены друг от друга чертой, хотя в оригинале просто следуют друг за другом короткими абзацами.

Мир, изображённый Маккарти, предельно жесток, и слово, будь оно облечено в молитву или проповедь, не может остановить военного кровопролития, не защитит всех обездоленных и несправедливо униженных. Достичь мировой гармонии невозможно, потому что человеческая природа изначально склонна ко злу — и подтверждение тому деяния судьи Холдена. Сила слова в другом. Оно способно восстанавливать порядок из хаоса и находить рациональные зёрна в разрушенном и абсурдном мире. Как это делает для своего сына отец «Дороге», так это делают многие герои Маккарти для самих себя. Если извлечь из романов вставные новеллы, рассказанные встречными путниками, то они существенно потеряют в объёме и, разумеется, в смысле. Из романа в роман переходит целая галерея персонажей, для которых личное повествование является смыслом жизни. Это и паломники (зачастую слепые), и цыган, и разбойники, и дети, и священники, и примадонна из бродячего цирка — список можно продолжать ещё очень долго. Все они рассказывают свои истории, и тем самым структурируют мир вокруг себя, их дискурс наполнен рассуждениями о месте человека в мире, о судьбе, о Боге. Такое неправдоподобное количество слепых на страницах романов Маккарти нам кажется неслучайным: человек потерявший зрение намного острее воспринимает звук и гораздо более чутко относится к звучащему слову. Тем более, что, по Маккарти, всё не сводится лишь к физической слепоте: все люди слепы, что называется, «по умолчанию», и лишь интеллектуальное усилие позволит прозреть. Материальный объект — прах по своей сути, поэтому следует пле-

сти ткань бытия из понятий и смыслов. «Для того чтобы мир выжил, его надо воссоздавать ежедневно» [3; с. 353], — говорит один из таких слепцов. Каждый человек сам для себя создаёт ориентиры, загоняет мысли в прокрустово ложе слов, чтобы не заблудиться. «Мир не имеет имени. Названия <...> существуют только на картах. Мы их выдумали, чтобы не сбиваться с пути» [3; с. 474]. В итоге логоцентрическую философию романов Маккарти можно ярко проиллюстрировать фразой зрителя церкви из романа «За чертой»: «Повествование само по себе не является категорией, оно превышает категории. Всё есть рассказ» [3; с. 186].

Таким образом, в произведениях Маккарти Логос предстаёт в привычном полисемантическом единстве. Это понятие вмещает в себя внешнее и внутреннее значение, создавая гармонию высказывания и мысли. Оно неразрывно связано с божественной сущностью и наделено творческой функцией — способностью структурировать мир, минимизируя хаос и абсурд, в который погружён человек (отец в «Дороге»), не исключая обратного эффекта в разрушительном дискурсе (судья Холден). Между двумя этими персонажами дистанция в четыре книги, позволяющая проследить творческую эволюцию: от предельно нигилистического «Кровавого меридиана» до романа «Дорога», в котором дан светлый намёк на то, что слово продолжает жить в ребёнке. Всё это говорит о Маккарти, как об авторе-философе, который не эксплуатирует одни и те же темы и приёмы, а рассматривает их под разным углом, экспериментирует с формой и содержанием, оставляя читателю простор для толкования.

Литература:

1. Völker, Oliver. “Hang on to the words’: The Scarcity of Language in McCarthy’s The Road and Atwood’s Oryx and Crake”. In: “The Imagination of Limits: Exploring Scarcity and Abundance” edited by Frederike Felcht and Katie Ritson, RCC Perspectives 2015, no. 2, 75–82.
2. Дорога: роман / Кормак Маккарти; пер. с англ. Ю. Степаненко. — СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2016. — 256 с. — (Азбука-классика).
3. За чертой: роман / Кормак Маккарти; пер. с англ. В. Бошняка. — СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2014. — 544 с. — (Азбука-классика).
4. Кони, кони...: роман / Кормак Маккарти; пер. с англ. С. Белова; под ред. В. Бошняка. — СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2014. — 352 с. — (Азбука Premium).
5. Кровавый меридиан, или Закатный багрянец на западе: роман / Кормак Маккарти; пер. с англ. И. Егорова. — СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2012. — 384 с. — (Азбука Premium).
6. Можейко М. А. Логоцентризм // История философии. Энциклопедия. Минск, 2002. С. 568–569.
7. Содом и Гоморра. Города окрестности сей: роман / Кормак Маккарти; пер. с англ. В. Бошняка. — СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2014. — 384 с. — (Азбука Premium).

Ансамбль Джосера, Древний Египет. Его составляющие и декор помещений

Вахитова Наталья Александровна, студент

Томский государственный архитектурно-строительный университет

Период Древнего царства (приблизительно 2800–2400 гг. до н. э.) был очень важен в истории Египта. Очень важным идеологическим средством во времена укрепления единовластия в долине Нила стало учение о божественном происхождении фараонов. Люди верили, что царь, не важно: живой или мертвый, равно был богом и при этом покровителем страны, это определило характер праздников, проведение ежедневного храмового ритуала и огромнейшую роль царского заупокойного культа.

Считалось, что гробница фараона — это место, где находится божественный дух, покровитель Египта, что обусловило значение культа умерших царей, которое являлось ощутимым бременем для экономики страны. Кроме сооружений пирамид, средства требовались и на поддержку культа в заупокойных храмах.

Заупокойный ансамбль Джосера был построен на террасе прямоугольной формы, обведенной двойными стенами. Между ними был промежуток, который заполнялся обломками камня и кирпичом. Стены были выложены из местного известняка и с внешней стороны облицованы плитами из известняка Туры [1].

Наружная стена венчалась парапетом, далее на протяжении всех четырех сторон стены шел массивный уступ. По нему можно было обойти сверху весь заупокойный ансамбль. Это было нужно в целях его охраны. По той же причине у ансамбля в южном конце восточной стены был лишь один вход, который оформили в виде массивных ворот с узеньким проходом, находящимся между двух башен, через который осуществлялся вход в открытый двор. Следующий проход вел в галерею, которая в длину составляла 54 м, и имела сорок колонн вдоль стен. Потолок в этой галерее был покрыт плитами из известняка, обтесанными в виде бревен, так же, как и в проходах. Колонны, точнее, полуколонны высотой 6 м связывались со стенами галереи поперечными стенками.

В галерее можно было найти несколько выходов: почти в начале был выход на лестницу, ведущей на верх внешних стен, а в конце располагалось проходное помещение, имеющее четыре пары полуколонн, которые соединялись стенками. Потолок этого помещения был обтесан в виде бревен. Из него открывался выход в Южный двор.

Южный двор, видимо, предназначался для совершения определенных обрядов праздника хеб-сед. Посередине двора находились два сооружения, каждое по 11 м в длину. Эти сооружения имели форму двойных полукругов. Так как такие сооружения обычно изображали на сценах ритуального бега фараона, происходящего во время хеб-седа, вполне вероятно, что они устанавливали границы того расстояния, которое по традиции обязывался пробежать фараон [3].

Все еще не вполне очевидно назначение зданий, которые окружали Южный двор: ясно, что они также связывались с хеб-седом. В одной из частей двора располагалось интересное сооружение, которое является Южной гробницей Джосера. В подземную часть Южной гробницы можно было спуститься по лестнице, которая вела с кровли через все здание и оканчивалась шахтой, выборочно прорубленной уже в скале. Внизу находилась комната, отведенная под склады, где сохранились сосуды, сделанные из глины и алебаstra, двенадцать балдахинных шестов, покрытых листовым золотом, носилки и ящики. Погребальная камера, квадратная в плане, была облицована гранитом. Сюда можно было попасть через отверстие в потолке, которое обычно закрывали особыми спусковыми камнями. Лестница продолжалась к востоку, и здесь было расположено несколько галерей и комнат, часть которых служила кладовыми, где стояли большие алебастровые сосуды [3].

Некоторые помещения были уникальными по своему декору. Их облицовка состояла из зеленовато-синих глазурованных изразцов, изображавших тростниковые плетения. Рельефные перевязки плетения были высечены на известняковых плитах, в промежутках между рядами изразцов, поэтому стены этой группы помещений выглядели так, как будто они покрыты циновками, сплетенными из тростников сине-зеленого цвета, которые скреплялись с помощью светлых перевязок. Подобная декорировка помещений воспроизводила стены самых древних тростниковых святилищ. В верхней части отдельно взятых панно изображались стилизованные верхушки связок тростников, которые некогда на самом деле украшали стены построек из тростников. В долине Нила издревле почитали связку тростника, как один из фетишей, который впоследствии стал носить название «джед», стал вечнозеленеющим символом бога умирающих и воскресающих сил природы Осириса. Стилизация верхушек тростниковых панно в подземных комнатах Южной гробницы именно в форме «джедов» вполне соответствовала погребальному назначению помещения.

Из тростниковых святилищ было заимствовано и изображение окон и оформление верха двери в виде завернутой и завязанной циновки, которая, очевидно, служила в свое время завесой в проходе [2].

С востока к Южному двору присоединялся комплекс сооружений, который был предназначен для ритуала хеб-седа: это так называемый Двор хеб-седа, представляющий собой в плане вытянутый прямоугольник. На празднества хеб-седа из всех центров страны привозили статуи богов. Для этих статуй ставили два ряда оформленных молелен, перед которыми царь совершал жертвоприношения в определенное время обряда. В южной части Двора хеб-седа были найдены большие статуи Джосера в хеб-седом

одеянии. Также археологи отыскали базу от группы, которая изначально имела четыре статуи; к сожалению, сохранились лишь ступни скульптур. По ним видно, что две фигуры изображали собой детей, а две другие — взрослых людей.

Южный и Северный дворцы состояли из стен, за которыми пространство было полностью заполнено обломками, оставшимися после строительства. Фасады «дворцов» были оформлены с помощью четырех полуколонн и двух пилястр, каждый из них имел лишь по одной двери, над которой возвышался фриз по всему фасаду. Он воспроизводил схематизированные верхушки тростников, связанные между собой.

Центральной частью всего ансамбля являлась, безусловно, пирамида — памятник, который стал наиболее важным этапом в истории древнеегипетской архитектуры [1].

Литература:

1. Сомерс Кларк, Рекс Энгельбах. Строительство и архитектура в Древнем Египте.: Издательство Центрполиграф. 2009. 285с.
2. Заупокойный ансамбль фараона Джосера в Саккара, 2014 — URL: http://studopedia.ru/1_109626_zaupokoyniy-ansambl-faraona-dzhosera-v-sakkara-ok-g-do-n-e.html
3. Погребальный комплекс Джосера, 2009 — URL: <http://ru-egypt.com/lexicon/djoser-complex>

Японская игра «Кагомэ Кагомэ» как способ формирования детского мировоззрения

Селезнева Ирина Алексеевна, преподаватель истории искусств

ГБУ ДО г. Москвы «Детская школа искусств № 10» (г. Москва)

«Кагомэ Кагомэ» — детская игра или мистический обряд? В поисках ответа на данный вопрос мы рассмотрим обе составляющие игры: мистическую (теории возникновения) и психологическую (влияние игры на формирование детского мировоззрения).

Ключевые слова: психология искусства, детская игра, японское искусство, японское мировоззрение.

Актуальность проблемы. Проблема формирования детского восприятия мира через игры не нова, однако мы мало обращаем внимания на такие обычные игры, например, как хоровод, несмотря на то, что именно они вводят ребенка в культуру его народа. Слова, движения и мотив песни важен для передачи определенных знаний ребенку, которые мы воспринимаем как «само собой разумеющееся». Однако то, что лежит в основе генотипа национальности, нужно пробудить, и обычно побудителями являются народные игры — хороводы.

Игра «Кагомэ Кагомэ» очень напоминает русскую детскую игру «Каравай каравай», однако несет в себе много мистического смысла, без которого у ребенка не возникло бы представления о культуре Японии.

В настоящее время в массовом интернет-пространстве существует много теорий и баек относительно мистицизма этой игры, однако, несмотря на интерес вокруг «Кагомэ Кагомэ» в русскоязычной научной литературе до сих пор отсутствуют исследования на эту тему.

Подводя итоги, необходимо подчеркнуть особую и разностороннюю важность усыпальницы Джосера для дальнейшего развития царских гробниц Древнего Царства. Гробница Джосера привлекает внимание не только формой пирамиды, но и тем, что камень впервые стал основным материалом для строительства всего заупокойного ансамбля. Усыпальница Джосера имеет большое значение и по своей богатой и разнообразной декорировке. Заупокойный ансамбль является замечательным свидетельством тяжелой и интенсивной работы мысли и творческого рвения человека, а также памятником, который был воплощен, несмотря на еще недостаточно зрелые для равноценного оформления замысла техническими и художественными возможностями.

Чтобы проследить за влиянием игры «Кагомэ Кагомэ» на формирование детского восприятия мира, мы должны поставить перед собой **задачи**:

1) Рассмотреть слова игры «Кагомэ Кагомэ» и их интерпретацию.

2) Рассмотреть и проанализировать музыку игры «Кагомэ Кагомэ»: ритм, лейтмотив и связь с традиционной музыкой Японии.

3) Рассмотреть и проанализировать правила игры «Кагомэ Кагомэ».

4) Рассмотреть и проанализировать семиотику игры.

Узнав подробнее об этой игре, мы должны добиться поставленной **цели**: установить связь игры «Кагомэ Кагомэ» с формированием японского мировоззрения у детей.

1. Игра «Кагомэ Кагомэ» детская игра или мистический обряд?

Известная каждому японцу детская игра «Кагомэ Кагомэ» имеет противоречивый характер и оценку. Дети во всех детских садах играют в эту простую и незатейли-

вую, на первый взгляд, игру, однако в словах песни скрывается очень глубокий, порой мрачный смысл.

Слова игры простые:

かごめ、かごめ、カゴメ、カゴメ、
籠の中の鳥は、カゴノナカノトリバ
いついつ出やる。イツイツデアユ。
夜明けの晩に、Ёакэ но бан ни
鶴と亀が滑った。ツルトカメガサブэтта。
後ろの正面、だあれ？ Усиро но сё: мэ да: рэ?

Примерный перевод:

Кагомэ, Кагомэ,
Птичка в клетке,
Когда, когда же ты выйдешь?
Рассветным вечером
Журавль и черепаха поскользнулись.
Кто стоит сзади тебя?

Японцы любят и ценят эту игру, знают слова наизусть, однако существует множество вариантов ее написания. Слова «Кагомэ Кагомэ» нигде не записаны, поэтому узнать точный смысл мы вряд ли сможем, но есть масса предположений о написании слов.

Мы рассмотрим две занимательные и веселые теории, которые можно вывести из, казалось бы, обычных и незамысловатых слов игры. И для того, чтобы перейти к предположениям, нужно рассмотреть строчки песни.

Первая строчка: **Кагомэ Кагомэ**. Существуют различные написания слова «Кагомэ», от которых кардинально меняется смысл всей песенки. Например, **籠目 (kagome)** означает форму отверстий в виде гексагона в японских традиционных корзинах, тогда как **籠女 (kagome)** — беременную женщину. Совершенно различные написания слов и несущий в них смысл.

Вторая строчка: **Кага но нака но тори ва**. Слово «**籠 (kaga)**» означает, как и корзину, так и клетку. Например, **伏せ籠** — клетка для птицы, **唐丸籠** — клетка для певчей птицы, **唐丸籠** — клетка из бамбука для перевозки преступника, **輕籠** — корзина для переноски, **屑籠** — корзина для бумаги, **魚籠** — корзина для рыбы. То есть, можно заметить закономерность, слово «**籠 (kaga)**» используется в терминах обозначающих корзины или клетки для переноса чего-либо или ограничения в пространстве кого-либо.

Слово «**中 (naka)**» означает «внутри», а слово «**鳥 (tori)**» — птица. То есть всю фразу дословно можно перевести так: клетка, внутри которой птица.

Третья строчка: **Ицу ицу деару**. «**いつ (itsu)**» означает время, «**出やる (deyaru)**» — когда выйдешь? Дословный перевод строчки: Время, время, когда ты выйдешь?

Четвертая строчка: **Ёакэ но бан ни**. «**夜明け (yoake)**» — рассвет, «**晩 (ban)**» — всю ночь, одна ночь. Дословный перевод строчки: К рассвету всю ночь.

Пятая строчка: **Цуру то каме га субэтта**. «**鶴 (tsuru)**» — журавль, «**亀 (kame)**» — черепаха, «**滑った (subetta)**» — поскользнуться. То есть: Журавль и черепаха поскользнулись.

Шестая строчка: **Усиро но сё: мэ да: рэ? «後ろ (ushiro)**» — за, «**正面 (syomen)**» — спина, «**だあれ (dare)**» — кто. Дословный перевод: За спиной кто?

Таким образом, мы увидели, что написание слов разное, что приводит к разным мыслям и предположениям, которые мы и рассмотрим.

Первая теория: *в песенке игры подразумевается девушка из увеселительного квартала красных фонарей*. Приверженцы этой теории рассматривают слово «Кагомэ» как иероглиф «**籠女**», где «**籠 (kago)**» — клетка, «**女 (me)**» — женщина, то есть женщина в клетке, заточенная женщина, из чего следует, что эта женщина — куртизанка из увеселительного квартала, которая не имела свободы. Родители продавали дочерей в публичные дома с целью заработка, поэтому девочка/девушка не могла покинуть то место, в которое ее продали, пока не отработает долг.

Раньше девушки из квартала красных фонарей провозжали клиентов на рассвете, то есть они покидали свою клетку в это время. Однако с героиней что-то случится, так как ее защитники журавль и черепаха поскользнулись и упали. Журавль и черепаха — это японские символы долголетия и счастья, но раз они поскользнулись, не миновать беде. Тогда как «Кто стоит позади тебя?» в этой связи приобретает мрачный характер смысла «Кто же заберет мою жизнь?».

Вторая теория также неутешительна, даже более мрачная и имеет аналогичные доводы: *в песенке говорится о беременной невесте и злой свекрови*. Выше мы рассмотрели, что **kagome** может читаться как беременная женщина, тогда как «птичка в клетке» — это ее еще не рожденный ребенок.

По мнению приверженцев этой теории, **tori** (птица) — это видоизмененное со временем слово «**torii**» — врата храма, которые отсылают нас не к персонажу, а именно к месту действия — лестнице храма, у тории. И как журавль и черепаха, которые поскользнулись, по этой версии беременная женщина падает и погибает вместе с ребенком, задавая вопрос: «Кто же стоял позади нас?», то есть «Кто же толкнул нас?».

Также существует байка, которая относится к периоду Второй мировой войны, хотя и предыдущие теории подтверждены малым количеством доказательств и могут в полной мере называться байками. В изъятых советскими войсками документах фашистской армии значился жестокий эксперимент в детском доме в префектуре Симанэ. Над сиротами проводили эксперимент в области достижения бессмертия. Ученые долго не могли добиться нужного результата, дети умирали, и их безжалостно хоронили в лесу. Однако ближе к завершению войны случился прорыв, эксперимент добился нужных результатов сначала на одной девочке, потом и на других детях. Шло время, дети постепенно закрывались, общались только сами с собой, и их лица порой принимали зловещий вид, от которого военным становилось дурно. Однажды дети поймали одного солдата, желая с ним поиграть, тот согласился. Они встали в хоровод

и запели «Кагомэ Кагомэ», с каждым словом этой песни их лица принимали жестокий вид, они улыбались, наблюдали за испуганным солдатом. Тот, не выдержав, от страха убежал от них.

Также в доказательство этой байки в июле 2009 года продюсером «kagomeP» была создана песня «Kagome kagome» на основе «Vocaloid», программного обеспечения фирмы Yamaha Corporation, имитирующего голос поющего человека на основе заданной мелодии и текста. В этой песне говорилось о детях-сиротах, над которыми ставили жуткие опыты в стенах детского дома Симанэ.

Однако почему возникают такие теории-байки? Что же необычного в этой безобидной детской игре?

Весь интерес к «Кагомэ Кагомэ» подогревается самими японцами, которые показывают всю ее мистичность в анимационном искусстве. В аниме «Ты и я» («*Kimi to boku*»¹) эта игра предстает перед зрителями в невинном детском образе, которая помогает двум детям помириться. Однако в другом аниме «Записки робототехники» («*Robotics; Notes*»²) мелодия Кагомэ предстает в отрицательном характере: она предвещает жестокий конец мира, при этом каждый раз, когда ее слышит главный герой Кайто Ясио, случается что-то плохое, например, умирает Мизука Ирей, экзоскелет которой неожиданно выходит из-под контроля. Также в аниме «Тактика» («*Tactics*»³) показывают, что ребенок, сидящий в центре, исчезает, когда звучит последняя строчка из песенки игры.

Попробуем разобраться в поставленном вопросе: «*Кагомэ Кагомэ*» — это простая детская игра или мистический обряд?

Для начала рассмотрим правила игры. Игровой процесс очень простой. Он заключается в том, что дети образуют круг, в центре которого сидит с закрытыми глазами *Они* (демон). Ребята водят хоровод, напевая песенку, когда она заканчивается, хоровод останавливается, и *Они* должен угадать, кто стоит за его спиной.

Сам хоровод является важным семиотическим знаком, обычно обрядовым танцем. Хоровод — это ритуальное кружение вокруг священного объекта или предмета. Он подражает солнцу, устанавливая ось мира в сакральном смысле.

Мацури (ритуалы в религии *синто*) проводятся ночью, с огромным шумом, «падением нравов» — свободное обращение партнеров, фривольные жесты и выкрики, что сопровождается также большим количеством выпитого *саке* (рисовое вино). Через эти ритуалы люди стирают социальные и моральные границы, они чувствуют общее единение не только между собой, но и с *ками* (божествами синтоизма). Можно сказать, что во время *мацури* происходит вакханалия в сдержанных рамках.

С VIII века во дворце совершали ритуал, который назывался «Праздник умиротворения душ». Обряд состоял

из плясок *сарумэ*, женщины-плясуньи, на перевернутом чане, который стоял посреди площадки, освещенный огнем. Сам ритуал «умиротворения душ» должен был усмирить души императорской семьи, которые жаждали вырваться из плена тел.

Этот ритуал был известен еще в Древности. В «*Кодзики*»⁴ и «*Нихонги*»⁵ изложено происшествие, случившееся в «Век Богов». В гневе на младшего брата Суссано, неистового бога ветра, Аматерасу, богиня солнца, скрывается в «Небесном гроте», лишая мир благодатного света. И чтобы вернуть свет в мир другие боги решают устроить пляски около входа в грот.

«Место перед входом в грот было соответствующим образом разукрашено, зажжены огни — не то костры, не то факелы. Для плясуньи был подготовлен чан, поставленный днищем вверх: от ударов ног плясуньи этот чан гулко резонировал» [5, с. 7]; «Но это была непростая пляска: на пляшущую «находил дух», она становилась одержимой. Дойдя до состояния буйного экстаза, плясунья сбросила со своих плеч одежду и открыла торс; распустив тесьму, обнажила живот» [5, с. 7] — так описывалось место пляски и сама пляска.

Ночь стирает границы предметов, границы между людьми, между людьми и богами, это время, когда властвует потусторонняя сила, особенно во время *мацури*. Во время синтоиских ритуалов человек надевает на себя маску *ёкая* или божества, берет на себя его роль, вживается в образ сверхъестественного существа, можно сказать, что теряет свой разум, теряет себя.

Любой праздник ночью не проводится без огня, поэтому можно смело предположить, что когда-то игра «Кагомэ Кагомэ» относилась к какому-либо ритуальному действию, внутри которого находился человек, надевший маску *ёкая* и подражающий его поведению.

Мелодия песни очень проста, ритм легко воспроизводимый, мотив запоминающийся и быстро привязывающийся. Рассмотрим ноты этой песни (рис. 1). Размер — 4/4, простой. На каждую ноту приходится один слог, тональность до-мажор, темп — 105–110 bpm.

Однако если эту мелодию замедлить до темпа 50–60 bpm, можно услышать, особенно на хорошо записанных музыкальных файлах, как странным образом начинает действовать музыка на человека. Простой ритм втягивает в цикл, повторяющийся раз за разом, слова растягиваются, звучат несколько зловеще. Если к этому прибавить огонь, медленное вождения хоровода, человек-*ёкай* внутри этого действия теряет себя, то есть исчезает, как и говорится в байках.

⁴ *Кодзики* (712 год) — крупнейший памятник древнеяпонской литературы, один из первых письменных памятников. Сложно однозначно определить жанр этой книги, *Кодзики* — это и свод мифов и легенд, и сборник древних песен, и историческая хроника.

⁵ *Нихонги* (720 год) — один из крупнейших памятников древнеяпонской литературы, где наряду со сводом мифов, легенд и песен о сотворении мира, изложено подробное описание жизни страны и генеалогия императоров, правивших до 697 год н. э.

¹ *Kimi to boku* — анимационный сериал, студии J. C. Staff, 2011 год.

² *Robotics; Notes* — анимационный сериал, студии Production I. G., 2012 год.

³ *Tactics* — анимационный сериал, студии Deen, 2004 год.



Рис. 1. Ноты песни Кагомэ Кагомэ

Как и игра заканчивается тем, что в круг садиться другой ребенок, а *Они* встает в хоровод, так и ритуал, возможно, заканчивался тем, что человек переходил из одного состояния в другое. Например, в буддизме символ круга с точкой внутри называется *янтра*, которое обозначает успешное духовное путешествие, достижение просветления, становление человека частью целого мира. То есть человек-ёкай достигал высшей цели синтоизма — единения с *ками*. Также вождение хоровода с напеванием этой песни, возможно, использовалось для вызова духов умерших. Птица — это медиатор, крылатое существо, которое может переносить души умерших из одного мира в другой.

Таким образом, игра «Кагомэ Кагомэ» имеет ритуальные корни, которые и являются той самой «мистичной составляющей», однако в настоящее время «Кагомэ Кагомэ» превратилась в простую детскую игру, с помощью которой дети учатся взаимодействовать друг с другом.

II. Игра как способ формирования детского мировоззрения

По периодизации Д. Б. Эльконина¹ существует шесть этапов развития ребенка:

1. Младенчество. Ключевая деятельность — непосредственно эмоциональное общение.
2. Раннее детство. Ключевая деятельность — предметно-манипулятивная деятельность.
3. Дошкольный возраст. Ключевая деятельность — ролевые игры.
4. Младший школьник. Ключевая деятельность — учебная деятельность.
5. Подросток. Ключевая деятельность — интимно-личностное общение.
6. Старший школьный возраст. Ключевая деятельность — учебно-профессиональная деятельность.

В «Кагомэ Кагомэ» играют дети дошкольного возраста, поэтому будем рассматривать эту игру как ролевую. В дошкольном возрасте игра — ведущая форма деятельности, то есть именно в ней более интенсивно происходит развитие ребенка. В этой связи игра является не только предметом познания, но и социально-значимой деятельностью для становления ребенка членом общества.

В сюжетно-ролевых играх ребенок не просто попадает в выдуманную ситуацию, а берет на себя роль кого-то или чего-то, например, полицейского, волшебника или дракона. Однако взяв на себя определенную роль, дети не только преобразуют окружающие предметы вокруг себя под эту фантазию, но и меняют себя. Ребенок ставит себя на место выбранного персонажа, называет себя новым именем и проигрывает выдуманные сюжеты с помощью своего героя. Именно в этот момент ребенок учится проводить параллель «я — не я», «моя личность — чужая личность», «я — альтер эго».

Обучаясь проводить эту параллель, у детей развиваются и другие различные навыки. Сознательный скачок в мир фантазии в этот период развития ребенка формирует навык творческого восприятия мира.

Через сюжетно-ролевые игры ребенок учится не только контролировать себя и своего персонажа, но и правилам поведения, взаимодействия с другими. У каждой игры есть свои правила, которые необходимо соблюдать, чтобы игра была веселой и интересной, следовательно, ребенку необходимо контролировать свое поведение в обществе, сдерживать некоторые порывы эмоций, чтобы продолжать играть. Каждая новая игра вводит ребенка в определенные рамки правил, следовательно, учит его быстро адаптироваться к определенной ситуации через рамки ограничений.

Следование правилам и созданным ограничениям помогает ребенку следить за другими детьми, их поведением, учит сознательному анализу действий не только самой игры, но и его партнера по игре. Также игра в этой связи является социально-значимой в плане создания правил пове-

¹ Даниил Борисович Эльконин (16 февраля 1904—4 октября 1984) — отечественный советский психолог, разработал и ввел новую систему обучения — «развивающее обучение».

дения в обществе. Через критику других детей ребенок наращивает понимание и определенный образ его поведения в обществе.

Рассмотрим игру «Кагомэ Кагомэ» с точки зрения сюжетно-ролевой игры и ее влияния на детей дошкольного возраста. Несмотря на мистицизм вокруг этой игры и довольно-таки странную реакцию на нее японцев, в «Кагомэ Кагомэ» играют в детском саду.

Как мы рассмотрели ранее, «Кагомэ Кагомэ» является сюжетно-ролевой, где один ребенок принимает роль *Они*, а все остальные окружают его. С поведенческой точки зрения, все дети придерживаются строгих правил игры. *Они* должен сидеть с закрытыми глазами в центре, остальные дети обязаны петь и водить хоровод. Нарушив правила, ребенок попадает в социальную неловкость, поэтому такого поведения он не допускает.

В игре проводится яркое разграничение «свой — чужой». Есть «свои» люди в кругу и чужой вне его. *Они* — чужак, не только *ёкай*, но и иноземец. Именно так раньше называли иностранцев, посещавших Японию. Таким образом, в этой игре дети обучаются проводить линию между собой и тем, кто играет роль *Они*, то есть учатся разграничивать роли по правилам игры. Один водит, другой выполняет нужные ему действия, не смешивая между собой эти роли.

Через игру «Кагомэ Кагомэ» дети учатся не только правилам поведения и отделения себя и альтер эго, но и особенностям культуры. Японии присущ символизм, многозначность и таинственность, что мы видим в словах самой песенки. Каждый ребенок понимает их по-разному, но при этом начинает замечать некоторые странности, например, журавль и черепаха поскользнулись. Однако учатся той самой мере восприятия времени, в которой живут японцы.

Время в самой Японии, даже в шумном и густонаселенном мегаполисе течет совсем по-другому. Иностранцу кажется, что день проходит как обычно, но ощущение времени растягивается. Вернувшись на родину, начинаешь замечать различия восприятия времени.

Дети-японцы с самого начала живут в этом временном ощущении, однако описать его помогают слова игры. **Ёаке но бан ни** может означать кратковременный промежуток ночи перед рассветом, когда на землю опускаются предрассветные сумерки. То есть формируется ощущение времени, его измерения.

Одно из главных, что закладывается с помощью игры «Кагомэ Кагомэ» — это мифология и устройство мира. Дети через нее узнают, кто такой *Они*. *Они* — это злобные клыкастые и рогатые, человекообразные демоны, чья кожа может быть любого цвета, который зависит от его рода деятельности. *Они* живут в *Дзигоку*, японском аду. Эти демоны обладают невероятной силой, они хитры и умны, могут перевоплощаться в человека. *Они* приносит беды, разрушения и катастрофы туда, куда приходит, поэтому на празднике *Сецубун* принято изгонять их, выкрикивая

«*Они-ва сото! Фуку-ва ути!*» (*Они уходят! Благословения приходят!*) и кидая за порог бобы *адзуки*.

Также в песенке рассматривается символизм определенных животных. Журавль — символ долголетия и процветания, в легендах о приключениях означает бескорыстную помощь, чистоту и добродетель, а в легендах о любви пара журавлей символизирует счастливый семейный союз, способный преодолеть невзгоды и беды.

Новый смысл в образ журавля начали вкладывать с историей Садако Сасаки, которая в возрасте двух лет пережила сброс атомной бомбы на Хиросиму. Через месяц люди из города, в котором жила девочка, начали постепенно умирать от непонятной болезни. В ноябре 1954 года, спустя 10 лет у Садако случился первый приступ, который врачи определили как приступ лейкемии, вызванной лучевой болезнью. Во время лечения ее навестила подруга, которая рассказала легенду о журавле, живущем вечно.

По легенде нужно было в знак пожертвования за излечение от болезни сложить 1000 бумажных журавликов. Это дало Садако надежду на то, что болезнь пройдет. Она начала складывать журавликов из всего, что подвернется под руку. Однако болезнь взяла свое, и девочка умерла 25 октября 1955, успев сложить 644 журавлика.

Эта история дала новый смысл символу журавля. Он стал надеждой для всех страждущих. Символ надежды и неугасающей веры не только в божества, но и в свои силы. Сложить 1000 журавликов-оригами требует многих сил. Стоит отметить, что эту легенду стали использовать не только во всех японских больницах и госпиталях, но в других странах. Например, ее перенял республиканский клинический онкологический центр Минздрава Чувашии, ими была запущена акция «1000 журавлей», в которой ученики образовательных организаций складывали журавлей для маленьких пациентов онкологического отделения Детской краевой больницы Ставрополя.

Черепаха — символ мудрости, долгожительства, силы и терпения. На ее панцире держится Мировая гора. Ее медлительность олицетворяет неизбежность и незыблемость времени.

Однако два этих положительных символа поскользнулись, что означает дурное. Не будет долголетия, время остановилось, закончилось процветание.

С помощью игры дети учатся не только временным и пространственным аспектам жизни, но и мифологической, религиозной части общества, в котором они растут. «Кагомэ Кагомэ» закладывает в сознание детей определенные понятия из японской мифологии, которые мы рассмотрели выше. Осознание символизма и мистичности культуры приходит не сразу, игра поначалу кажется обычной игрой, но пояснения родителей или воспитателей детского сада помогают понять нелегкий смысл песни.

Родители и воспитатели объясняют самые основополагающие символы японской культуры такие, как дракон, журавль, цапля и черепаха, но спустя некоторое время дети задаются вопросом: «Почему они упали?».

К этому периоду развития ребенок не только научился познавать мир через обоняние, осязание, зрение, но анализировать его. Именно в дошкольном возрасте, по словам Д. Б. Эльконина, закладывается мировоззрение в динамичной ее составляющей, и самой необходимой частью для его развития становится сюжетно-ролевая игра, к которой и относится японская игра «Кагомэ Кагомэ».

Таким образом, мы можем сказать, что мистический интерес вокруг этой игры никогда не спадет, однако «Кагомэ Кагомэ» остается обычной детской игрой, с помощью которой дети познают мир и учатся находиться в социуме, ставя определенные поведенческие рамки, а также приобщаются к сложной символической культуре Японии. То есть с помощью этой игры формируется детское мировоззрение.

Литература:

1. Боги, святилища, обряды Японии. Энциклопедия синто / Под редакцией И. С. Смирнова. — М.: РГГУ, 2010. — 337 с.
2. Вещь в японской культуре / Составитель Н. Г. Анарина, Е. М. Дьяконова. — М.: Восточная литература, 2003. — 262 с.
3. Главева, Д. Г. Традиционная японская культура: Специфика мировосприятия. — М.: Восточная литература, 2003. — 264 с.
4. Искусство и культура Японии / Под редакцией В. М. Алпатова. — М.: Институт востоковедения РАН — Издательство «Крафт+», 2002. — 228 с.
5. Искусство Японии / Под редакцией И. Ф. Муриан. — М.: Наука, 1965. — 150 с.
6. Лободанов, А. П. Семиотика искусства: история и онтология. — М.: Издательство Московского университета, 2013. — 679 с.
7. Человек и мир в японской культуре / Под редакцией Т. П. Григорьева. — М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1985. — 280 с.
8. У Ген-Ир. История музыки Восточной Азии (Китай, Корея, Япония). — СПб.: ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; Издательство «Лань», 2011. — 544 с.
9. Светлов, Г. Е. Колыбель японской цивилизации: Нара. История, религия, культура. — М.: Искусство, 1994. — 271 с.
10. Эльконин Д. Б. Психология игры. — М.: Владос, 1999 г. — 360 с.
11. Выготский Л. С. Проблема возраста. — М.: Педагогика, 1982–1984.
12. Эльконин Д. Б. К проблеме периодизации психического развития в детском возрасте // Вопросы психологии. — 1971. — Вып. № 4

ФИЛОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИКА

Военный дискурс в открытом информационном пространстве

Бойко Анатолий Дмитриевич, курсант;

Научный руководитель: Осколова Татьяна Леонидовна, кандидат педагогических наук, доцент

Тюменское высшее военно-инженерное командное училище имени маршала инженерных войск А. И. Прошлякова

В статье рассматриваются функционально-прагматические особенности подачи военных новостей англоязычными медиа (интернет-ресурсами), выявляются специфические характеристики военного новостного дискурса. при помощи метода критического дискурс-анализа в когнитивно-коммуникативной парадигме.

Новостные события, освещаемые международными СМИ в открытом интернет-пространстве, представляют собой особое орудие формирования общественного мнения и воздействия на массовую аудиторию. В условиях существования сложной международной геополитической обстановки, ведения странами реальных боевых действий, наличия локальных и глобальных военных конфликтов информация СМИ способна оказывать критическое влияние на взаимодействие людей и их сознание.

В этой связи приобретает актуальность анализ интернет-новостей, внешне представляющих собой текст как *письменный документ, литературно обработанный в соответствии со своим типом, состоящий из заголовка и основных единиц, объединенных лексической, грамматической, логической и стилистической связями (И. Гальперин)*. Однако в рамках когнитивной парадигмы, текст является лишь одним из компонентов, составляющих дискурсивное событие, воздействующее на адресата. Другими компонентами служат внетекстовые, или экстралингвистические, прагматические, социокультурные, исторические факторы, событийный контекст и ряд предшествующих событий. В совокупности текст и окружающий его контекст представляют собой медийный дискурс. В качестве рабочего определения понятия дискурса, для анализа новостных сообщений СМИ можно обратиться к работам классика дискурс-анализа, Т. А. Ван Дейка: дискурс — это «сложное коммуникативное явление, которое включает в себя социальный контекст, дающий представление как об участниках коммуникации, так и о процессах производства и восприятия сообщения» [6, с.14]. Ван Дейк подчеркивает достаточно важный момент — дискурс следует понимать как событие, как текст в событийном контексте. Следуя за автором, мы рассматриваем отдельно взятый фрагмент

текста как дискурсивное событие в совокупности языковых и внеязыковых факторов.

Новостной военный дискурс представляет собой, по сути, гибрид военного и репортерского дискурса, следовательно, для проведения анализа особенностей данного подвида дискурса необходимо рассмотреть специфику как военного, так и репортерского (новостного) видов дискурса.

Понятие «*военный дискурс*» включает в себя высказывания на тему войны, проведения боевых действий, операций, военных конфликтах и горячих точках, очагах локальных и глобальных напряженностей, или гуманитарных кризисов. Среди значимых жанров военного дискурса нами выделяются военные новости как способ наиболее оперативной, лаконичной и точной подачи информации. Данный жанр призван в первую очередь информировать аудиторию, однако ему не чужды и эмотивная и регулятивная функции, в крайней своей степени принимающая форму функции манипулятивной, что требует особого рассмотрения и в связи с чем представляет исследовательский интерес [3, 4]. Воздействие на аудиторию посредством скрытых манипуляций, регулирования подачи информации является гибридной характеристикой военного дискурса, поскольку он отражает сложные военно-политические реалии и взаимоотношения сторон конфликта и сторон-наблюдателей на всех стадиях развития военного конфликта: начала, продолжения и окончания. Риторика коммуникативных сообщений определяется жесткими рамками жанра: будучи направленной на массовую читательскую аудиторию, она лишена диалогичности, подлинной коммуникативности с правом реципиента выбирать ответную коммуникативную стратегию, вступать в диалог или предпочитать молчание как коммуникативный ход.

Более детальный анализ фрагментов дискурса новостей требует выбора единой стратегии, принципиальной позиции исследователя — Выдающиеся отечественные ученые-исследователи дискурса такие как И. В. Жуков, М. Л. Макаров предлагают более или менее универсальную классификацию переменных дискурса, в которую входит «анализ рода или жанра общения (естественный; вымышленный;

инсценированный), пространственно-временные отношения участников общения; состав участников разговора; степень официальности разговора (от непринужденного и фамильярного до полуофициального и официального); социальные отношения собеседников (асимметричные в нашем случае — по возрасту, полу, статусу, отношениям к разным социальным институтам, уровню компетенции); направленности коммуникативных действия в разговоре; направленность коммуникативных действий в разговоре (ранее было сказано о многофункциональности военного дискурса, его направленности на информативность, побуждение и эмотивность); степень знакомства собеседников (от категории «близкие люди» до категории «незнакомцы»); степень подготовленности коммуникантов (в случае военного дискурса сложность для восприятия текста может вызвать наличие профессиональных терминов или армейских сокращений, названий военных организаций, аббревиатуры, неизвестные обывателю); степень фиксированности темы и отношение общения к практической деятельности (включенное или не включенное в практическую деятельность) [3, 5].

Данная схема классификации переменных дискурса вполне универсальна и может служить базой для проведения анализа на уровне текста. Причем вышеуказанные элементы присутствуют как в печатных, так и в электронных текстах, независимо от канала их трансляции, или распространения. Принципиальным остается вопрос о выборе стратегии исследования, поиске и сочетании правильных подходов — ограничиться ли формальным анализом текста, на уровне структурно-семантических явлений (одно из направлений школы французского структурализма) или применить другие подходы, выходящие за рамки лингвистического формализма.

Существенно значимым остается анализ макроструктуры текста военного дискурса — размещения ключевых элементов структуры сообщения (заголовка, иллюстрации, непосредственно текста, подписи к иллюстрации), использования визуальных средств привлечения внимания читателя (возможности применения различных шрифтов, цветные выделения, средства анимации в электронных СМИ), анализ повторяемости визуальных элементов одними же и теми источниками [5, с.54–58]. Анализ внетекстовых переменных осуществляется с позиции различных когнитивных подходов.

Так известный европейский лингвист У. Маас говорит о необходимости исследования исторического и социального бэкграунда для полноценного дискурс-анализа текста [3, с.67]. Например, исследовать дискурс футбольных хроник некорректно без погружения в тему «фабрики футбола» — истории клуба, событий, развивающихся вокруг описываемых матчей, социально-культурной ситуации фанатов данных клубов, даже глобальной политической ситуации в текущий период времени. Исследование дискурса фашизма неотделимо от исследования самого явления фашизма в историческом и современном контекстах.

Полагаем положения о корреляции текста и глобального контекста справедливыми применительно к военному дискурсу. Соблюдение принципа корреляции предполагает исследование языка власти и институциональных переменных военного дискурса, что близко к направлению исследований в ключе Британской лингвистической школы (ведущий представитель Н. Фэйрклоу) [7, с.145].

Вопросы коммерциализации дискурса современного общества неотделимы от принципиальной коммерциализации самого общества, что также составляет один из аспектов глубокого дискурс-анализа [1]. Проблема коммерциализации всех сфер общества в преломлении военного дискурса, выражается на текстовом уровне в изменении его общей риторики, эволюции (или мутации) лексических единиц глоссария войны, способах обозначения военно-политических элит. На уровне контекста коммерциализация дискурса приводит к формированию нового типа восприятия этого и других видов дискурса, а следовательно — восприятия явления войны глазами общества. Отчасти выявлению скрытого контекста дискурса посвящено направление дискурсивной социолингвистики, развиваемое в работах Ю. Хабермаса, Р. Водак и других лингвистов [8].

В силу пристального внимания к проблемам гуманитаризации военного поля, темам беженцев, переселенцев, этнических меньшинств, страдающих в результате военных конфликтов, нарушения и соблюдения прав «обычного» человека в ситуации военного конфликта релевантно применение социокогнитивного подхода к дискурс-анализу, основоположником которого является Т. А. ван Дейк [6]. Социокогнитивный подход охватывает исследование формирования и распространения образов общественного сознания, предубеждений и стереотипов, основываясь на базовых глобальных структурах: топиках, значениях дискурса, пресуппозициях, когеренции. В то же время, единого стандартного алгоритма проведения анализа военного дискурса как подвида дискурса в принципе, по мнению ван Дейка не существует, поскольку «не существует когнитивного анализа как известного, стандартного способа восприятия текста» [6, с1]. Исследователю, занимающемуся анализом дискурсивных фрагментов того или иного жанра, необходимо выбрать свой подход к проведению анализа и разработать собственный алгоритм исходя из конкретной совокупности дискурсивных факторов.

Подводя итог вышесказанному, полагаем, что возможность сочетания различных современных лингвистических подходов к анализу фрагментов дискурса — историко-социального с включением исторического и социального бэкграунда, социокогнитивного, дискурсивного лингвистического и структурного подходов позволяет изучить и описать различные стратегии, технологии, алгоритмы, приемы и методы создания и трансляции новостного военного дискурса международными СМИ в связи новостного контента с политическим, социальным и историческим контекстом, что вкуче позволяет не только передавать информацию, но и оказывать воздействие на глобальную аудиторию.

Литература:

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. — М.: Культурная революция, Республика, 2006. — 269 с.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. УРСС Эдиториал, 2006. — 144 с.
3. Жуков И. В. Критический анализ дискурса печатных СМИ: особенности освещения северокавказского конфликта 1998–2000. — 206 с.
4. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. — М.: Изд-во: Эксмо, 2005. — 832 с.
5. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. — М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. — 203 с.
6. Dijk T. A. van. Discourse as social interaction. — London, 1997 // www.let.uva.nl/~teun
7. Fairclough N. Critical discourse analysis / N. Fairclough, R. Wodak // Discourse studies: a multidisciplinary introduction. — London: Sage, — 1997. — Vol. 2: Discourse as social interaction, — p.258–285.
8. Wodak R. Critical discourse analysis at the end of the 20th century // Research on language and social interaction. — 1999. — Vol. 32, # 1, — p.185–194.

Новости как неотъемлемая часть дискурса

Ваттовани Юлия Борисовна, студент магистратуры

Армавирский государственный педагогический университет

В лингвистике новости нашли свое особое место в исследованиях анализа дискурса, потому что они соответствуют основным элементам, которые определяют дискурс: как часть языка, превышающая предложение, и как используемый язык. Принимая во внимание различие между «текстом» и «дискурсом», новость, таким образом, является текстовой (лингвистической областью) реализацией дискурса (социальной областью).

Структура новостей

Макроструктурный анализ новостного дискурса направлен на анализ новостных материалов с целью определения глобальных закономерностей или схем, которые характеризуют эти истории. Предпринимаются попытки найти повторяющиеся структуры по языкам и темам в том, что касается формы и содержания новостей.

Ван Дейк предлагает рамки для анализа структур новостного дискурса в прессе. В этой аналитической структуре он признает сложности текстовых структур и, следовательно, сложности новостного дискурса. Предлагаемые рамки ограничены в своем фокусе на том, что Ван Дейк называет «глобальной организацией новостей» [1, с. 71]. Он определяет сферу такой структуры как охватывающую только новостные структуры за пределами уровня предложения, игнорируя при этом меньшие языковые единицы, такие как синтаксические, семантические, стилистические или риторические особенности предложений. Далее он указывает, что анализ также исключает определенные свойства новостей, такие как графическая организация и невербальные функции, такие как макет и фотографии. Он заявляет, что его анализ связан с «макроявлениями, а не с микроорганизацией новостного дискурса». Этот тип анализа обычно ограничивается новостями в прессе и не включает анализ телевизионных и радионовостей,

хотя сходство преобладает в разных средствах передачи новостей.

Согласно Ван Дейку, аналитическая структура состоит из двух элементов: семантического элемента, представленного тематической структурой дискурса, и формального элемента, представленного схемами текстов. Он определяет взаимодействие этих элементов следующим образом: «Под тематической структурой дискурса мы понимаем общую организацию глобальных тем, о которых говорится в новостях.

Такой тематический анализ проводится на фоне теории семантических макроструктур. Это формальное представление глобального содержания текста или диалога, и поэтому они характеризуют часть смысла текста. Схемы, с другой стороны, используются для описания общей формы дискурса. Мы используем теоретический термин надстройка для описания таких схем. Схемы имеют фиксированный, условный (и, следовательно, культурно изменчивый) характер для каждого типа текста. Мы предполагаем, что и в новостном дискурсе есть такая традиционная схема, новостная схема, в которую могут быть вставлены общие темы или глобальный контент». [1, с. 69]

Считается, что эта структура используется журналистами для формулирования своих новостных сообщений и читателями для интерпретации новостей, которые они читают или слушают, хотя и неосознанно. Чтобы прийти к теме рассказа, Ван Дейк предлагает макроопределения, которые сначала применяются для генерации темы всего рассказа, а затем последовательно применяются к нижним частям, подтемам рассказа. Эти правила направлены на обобщение сложных ситуаций, управление огромными объемами информации и предоставление разумных новостей. Поэтому они называются правилами обобщения. Эти

макроопределения включают в себя: удаление информации путем устранения деталей, которые считаются неуместными или избыточными для рассматриваемой истории; обобщение путем использования более высоких категорий для перегруппировки нескольких экземпляров категории; и конструкция, которая похожа на обобщение в отношении глаголов.

По словам Ван Дейка [2, с. 15], каждая новостная статья имеет схему с регулярными категориями, которые предоставляют различные функции информации, включенной в новостные сообщения. Такая схема состоит из следующих элементов: сводка или ядро (заголовок и заголовок), за которыми следуют спутниковые абзацы, содержащие основные события, предпосылки (контекст и история), последствия (последующие события или действия), словесные реакции и комментарии (оценка и прогноз). Некоторые из этих категорий являются обязательными (сводка и основное событие), тогда как другие являются необязательными. Сателлитные абзацы поддерживают ядро в том порядке, который традиционно упоминается в новостных исследованиях как «перевернутая пирамида».

Согласно Ван Дейку [2, с. 17], дискурс внутри перевернутой пирамиды состоит в основном из четырех слоев: цитирование, перефразирование, фон и комментарий.

Информация в схеме характеризуется ее прерывистым характером [1, с. 73]. Сначала представляется самая важная информация, то есть наиболее релевантная теме, затем нижние (менее важные) уровни и, наконец, подробности каждой соответствующей категории схемы. [3, с. 17]. По этой причине они не следуют никакому временному порядку. Сроки и прогресс не имеют особого значения в представлении новостей.

Практика производства новостей также поддерживает истории, которые могут быть прерваны в любой момент. Соответственно, наиболее важная информация всегда будет сохраняться, даже если сюжет ограничивался заголовком и начальным абзацем или даже только заголовком. Это подтверждается замечанием Белла [5, с. 112] о том, что «минимальный, хорошо сформированный, современный текст новостей [...] представляет собой историю из одного предложения».

Последние новости

Заголовки и ведущие параграфы составляют то, что некоторые ученые называют кратким описанием новостной

истории [5, с. 114], в то время как другие называют его ядром. Белл придает большое значение главам абзацев и рассматривает их до заголовков.

Каждая новость имеет один или несколько заголовков. Заголовок, как правило, считается самой важной частью новостной статьи, в знак ее формальной позиции и структуры, а также его семантического содержания. Исторически говоря, согласно Водак [4, с. 80]

Важность заголовков также подчеркивается тем фактом, что некоторые новостные агентства предоставляют не только заголовки. Это дополняется тем фактом, что заголовки все чаще используются отдельно от их полных рассказов на веб-сайтах, в виде SMS-сообщений и на экранных новостях. Когда они сформулированы, они должны сохранить свою характеристику краткости, в то же время содержать максимально возможное количество информации.

Во всех типах средств массовой информации, и особенно в прессе, помимо того, что они являются первым индикатором содержания и перспективы последующего материала, заголовкам можно назначить три функции [4, с. 70]:

- они дают краткое изложение основных новостей
- они привлекают внимание
- они обеспечивают первоначальный показатель по своему содержанию и стилю новостных ценностей газеты и являются важной частью того, как газета обращается к своей аудитории.

Следует заметить, что заголовки попадают к широкому кругу получателей, как к не заинтересованным читателям, так и к тем, кто читает полный новостной сюжет в прессе или иным образом следит за всем новостным репортажем. Например, некоторые люди могут только просматривать газеты, просматривая заголовки. В других средствах массовой информации, таких как телевидение и радио, заголовки обычно читаются в начале информационного повествования и повторяются много раз в течение дня.

Некоторые люди могут слушать заголовки новостей, чтобы решить, слушать ли остальную часть новостей или менять каналы. Другие могут интересоваться только заголовками как источником, чтобы удовлетворить их ограниченный интерес к новостям. Если мы посмотрим на Интернет, как на основной предмет интереса в этом исследовании, заголовки там играют ту же роль, что упоминалось выше. Заголовки играют роль ориентирования читателей на новости.

Литература:

1. Ван Дейк Т. А. Структуры новостей в прессе. — 1985. — С. 69–93.
2. Ван Дейк Т. А. Новости как неотъемлемая часть дискурса. — Нью-Йорк: Ерлбаум, 1988.
3. Ван Дейк Т. А. Медиа-контент: междисциплинарное исследование новостей как дискурса. // филология. — 1991. — № 5. — С. 17.
4. Водак Р., Майер М. Методы анализа критического дискурса. — 2001. — № 5. — С. 62–86.
5. Водак Р., Буч Б. Подходы к медиатекстам. // справочник по медиаисследованию. — 2004. — С. 105–122.

Диалектная лексика в рассказах В. М. Шукшина

Волошкина Ольга Леонидовна, студент магистратуры

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В данной статье рассматривается диалектная лексика, функционирующая в рассказах В. М. Шукшина и репрезентирующая особенности речи персонажей и автора; в работе вычленяются лексические группы диалектизмов (фонетические, словообразовательные, лексико-семантические, лексические, этнографические) и устанавливаются способы их введения в художественный текст.

Ключевые слова: диалектная лексика, типы диалектизмов, художественный текст, речь персонажа, В. М. Шукшин.

Диалектная лексика занимает значительное место в языке прозы В. М. Шукшина и выполняет определенную стилистическую функцию. Писатель значительно расширил доступ народной диалектной лексики в язык художественной литературы: большинство используемых автором диалектизмов являются достоянием живых народных говоров.

Основным источником языкового творчества В. М. Шукшина является речь алтайской деревни, а говор его родного села Сростки нашел реализацию во многих произведениях автора. Именно диалектная лексика маркирует так называемую «деревенскую прозу», позволяя ярко изобразить жизнь сельских жителей, особенности их быта, мировидения.

Примечательно, что диалектизмы в произведениях В. М. Шукшина встречаются как в речи персонажей, так и автора. Выявленные в анализируемых рассказах диалектные лексемы мы, вслед за Д. Э. Розенталем, И. Б. Голуб, М. А. Теленковой, Н. М. Шанским и др., классифицируем по традиционным основаниям, вычленяя лексико-фонетические диалектизмы, словообразовательные, грамматические, семантические и собственно-лексические диалектизмы.

Фонетические диалектизмы — слова, получившие в диалекте иное фонетическое оформление: *аржаной*: «Вань, ты бы сейчас **аржаных** лепешек поел» [5, с. 15] («Далекие зимние вечера»); *убивство*: «За **убивство** тебя бог накажет, не люди» [5, с. 299] («Охота жить»); *испужались*: «Да ты скажи честно, **испужались** может» [5, с. 150] («Дядя Ермолай»); *хрумтеть*: «Райка тоже пошла с удовольствием **хрумтеть** сочным разнотравьем» [4, с. 251] («Гоголь и Райка»); *нонешний*: «Песню? Можно. Я **нонешних** не знаю» [4, с. 269] («Демагоги»); глагол *здремнуть* в соответствии литературному *вздремнуть* отличается оформлением префикса (утратой первого согласного звука в сочетании *вз-*): «А это **вчера** ночью **здремнул** маленько» [5, с. 111] («Беседы при ясной луне»);

Как видим, изменения звукового состава слов наблюдаются только в речи героев и придают ей простоту и естественность.

Словообразовательные диалектизмы — слова, получившие в диалекте специфическое аффиксальное оформление, например: глагол *заспать* с семантикой начала дей-

ствия (ср. литературное *заснуть*): «Петька с удивлением и горечью постигал, что теперь — ночь. **Заспал?**» [4, с. 7] («Беседы при ясной луне»); *учительша* с суффиксом *-ш-* (ср. литературное *учительница*): «Это вам все **учительша** рассказывает?» [4, с. 269] («Демагоги»); *березник* (ср. литературное *березняк*): «Пойдем в **березник**, сынок» [5, с. 16] («Далекие зимние вечера»); *дедун* (ср. литературное *дед*): «В круг света вышел **дедун** сторож» [4, с. 112] («Классный водитель»); *снутри*, *пятнушки* (ср. литературное *изнутри*, *пятнышки*): «На камешек-то. Они еще не такие бывают. Бывают: весь белый, аж просвечивает, а **снутри** какие-то **пятнушки**» [4, с. 186] («Солнце, старик и девушка»).

Лексико-грамматические диалектизмы: *свиннота* — собирательное (ср. литературное *свиньи*): «Тут огород пойдет, **свиннота** разная, куры, гуси — она сроду от них не уедет» [4, с. 70] («Сельские жители»).

Лексико-семантические диалектизмы — слова, выступающие в диалекте в качестве омонимов к общенародным словам и употребляющиеся в ином значении: *звонарь* — в литературном языке данное слово используется в значении «церковный служитель, звонящий в колокола», в диалектном языке и — иногда — в просторечном употреблении реализуется семантика «болтун, сплетник»: «**Звонарь**, — он негромко сам себе. — Дача у него, видите ли... Во **звонарь-то!**» [4, с. 199] («Генерал Малафейкин»); *против* в значении «напротив» (в литературном языке *против* — «в несоответствии с чем-н., несогласно с чем-н.»): «Дядя остановился как раз **против** того курста, под которым затаился Витька» [5, с. 6] («Племянник главбуха»).

Лексические диалектизмы — слова, распространенные только среди носителей диалекта, не имеющие фонетические и словообразовательные варианты: *холостежь* — собирательное существительное, образованное по модели литературного слова *молодежь*: «**Женатые-то** дома, на ремонте, а **холостежь** — вроде меня — на кубы» [5, с. 133] («Ваня, как ты здесь?»); *вечерять* — с пометой областное дается в словаре как «ужинать» [2, с. 159]: «Клавдия и девочки **вечеряли**» [4, с. 242] («Сапожки»); *куружак* — в словаре представлено в значении «иней» [2, с. 221] с пометой *северное*: «На стенах **куружак** в ладонь толщиной, промозглый запах застоялого дома» [5, с. 298] («Охота жить»); *шибко* — «очень»: «**Приез-**

жай, — говорит, — мама, **шибко** я по тебе соскучился» [4, с. 70] («Демагоги»); **белковать** — охотиться на белок: «**Белковал**, а случилось, медведя-шатуна укладывал» [5, с. 299] («Охота жить»); **варнак** — «преступник, злодей»: «— **Сукин ты сын, варнак** окаянный, — вслух негромко ругался он» [5, с. 302] («Охота жить»); **кержак** — старообрядец, раскольник: «— Ты верующий, что ли? **Кержак**, наверно?» [5, с. 301] («Охота жить»); **листовуха** — листовая табак: «У меня **листовуха**» [5, с. 301] («Охота жить»); **логовина** — широкий и длинный овраг с пологими склонами: «**Выехали на просеку, спустились в открытую логовину**, стали подниматься в гору» [4, с. 162] («Волки»); **лонись** — «в прошлом году»: «Я вон **лонись** нашёл одного — вытаял весной. Тоже с бородкой. В одеяло завернулся — и всё, и очоцирился» [5, с. 302] («Охота жить»); **рясный** — «крупный, обильный»: «А хлеб-то **рясный-рясный**» [5, с. 314] («Как помирал старик»); **щерб** — «рыбная похлебка, уха»: «Пока варились **щерб** из чебачков, пропускали по первой, бедовали» [5, с. 175] («Миль пардон, мадам!»).

К этой группе примыкают этнографизмы, или **этнографические диалектизмы**, — слова, называющие предметы быта, названия пищи и т. п., которые имеют локальное распространение в определенной местности: **шанежки** — ватрушки из пресного теста: «**Виделось**, как мать-старушка подошла к воротам тюрьмы, а в узелке у нее — **передачка**: **сальца кусочек, шанежки, соль в тряпочке...**» [5, с. 300] («В воскресенье мать-старушка»); **туесок** — круглый берестяной короб с тугой крышечкой для хранения и переноса меда, икры, ягод: «**Кадки, кадушки, бочонки, туески** — целый склад» [4,

с. 263] («Космос, нервная система и шмат сала»); **пимы** — сапоги из оленьей или овчиной шкуры или — в данном случае — валенки: «**Старик, кряхтя, слез с печки, надел пимы, полушубок, взял нож и вышел в сенцы**» [4, с. 263] («Космос, нервная система и шмат сала»); **пимокат** — вальщик пимов: «**Гребеницкова Алла Кузьминична, молодая, гладкая дура, погожим весенним днём заложила у баньки пимоката, стена которой выходила в огород Гребеницковых, парниковую грядку. Натаскала навоза, доброй землицы**» [4, с. 298] («Суд»); **шесток** — площадка перед устьем русской печи: «**Ванька заглянул в миску на шестке, в печку**» [5, с. 16] («Далекие зимние вечера»); **полати** — в избе: нары для сна, устраиваемые под потолком между печью и стеной: «**Потом Ванька лезет на полати и, едва коснувшись подушки, засыпает**» [5, с. 16] («Далекие зимние вечера»).

Как видим, в анализируемых произведениях преобладают собственно-лексические диалектизмы. При этом их введение в текст рассказов осуществляется либо с применением подстрочника (примечаний), либо в качестве «толкования» используется сам контекст, в котором употребление диалектное слово.

Нередко диалектизмы в рассказах В. М. Шукшина представляют собой экспрессивные, эмоционально окрашенные слова (**звонарь, варнак** и подоб.). В целом диалектная лексика, мастерски используемая автором, позволяет создать яркую художественную картину мира, изобразить быт сельских жителей, отразить местные географические особенности, специфику культуры, охарактеризовать персонажей как подлинно народные характеры, передав особенности живой речи.

Литература:

1. Воробьева, И. А. Словарь диалектизмов в произведениях В. М. Шукшина / И. А. Воробьева; отв. ред. Л. И. Шелепова. — Барнаул: Изд-во АГУ, 2002. — 109 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. — 2-е изд., доп. — М.: Большая рос. энцикл., 2002. — 709 с.
3. Русская диалектология / под ред. Н. А. Мещерского: уч. пособие для вузов. — М.: Высшая школа, 1972. — С. 263–264.
4. Шукшин, В. М. Рассказы / В. М. Шукшин. — М.: Русский язык, 1981. — 312 с.
5. Шукшин, В. М. Рассказы 1960–1971-х годов / В. М. Шукшин // Собрание сочинений; В 6 т. / Сост. Л. Федосеева-Шукшина. — М.: Молодая гвардия, 1993. — Т. 2. — 435 с.

Приёмы раскрытия характеров героев в романе Т. Каипбергенова «Зеница ока»

Орымбетова Нигара Бердимуратовна, кандидат филологических наук, доцент

Нукусский государственный педагогический институт имени Ажинияза (Узбекистан)

Роман видного каракалпакского писателя Топлебергенова Каипбергенова «Зеница ока» является произведением, в котором раскрыты проблемы застойного периода, где автор основным принципом изображения выбирает реализм, верность жизненной правде.

Действие романа «Зеница ока» начинается в совхозе «Жаналык» с коллективного собрания, на котором жителей знакомят с новым директором. Это молодой человек — Жаксылык Давлетов. Одолевают сомнения Давлетова. Он никогда ранее не работал на руководящей должности и размышляет о том, правильно ли сделал, дав свое согласие. Ведь перед ним стоит трудная задача — исправить ошибки, допущенные бывшим руководством и завоевать доверие народа.

Новый директор решил ознакомиться с хлопковыми плантациями, но оказалось, что здесь дела идут неважно. В совхозе много неучтенных гектаров земли было отведено под хлопковые и рисовые поля. В результате для работы на этих полях не хватает рабочих рук, топлива, запчастей, удобрений, денег. Стоя у хлопковых полей, Давлетов размышлял: «Необъятны наши поля, сколько же гектаров составляют эти хлопковые плантации? По сводке, засеянных гектаров меньше. А здесь полям конца края не видно». [1, с. 107]. Хлопковые поля не поливаются вовремя. Когда Давлетов решил выяснить в чем же дело, выясняется, что поливные работы специально остановлены бывшим директором Сержановым и его приспешниками, чтобы внести разнотру в работу нового директора. На одном из выступлений Давлетов говорил о необходимости экономить воду. Эту его фразу истолковали по-своему: мол новый директор говорил, что хлопковые поля нужно поливать, экономя воду. «Почему же приказ директора истолковали по-другому? Здесь лежит какая-то тайна» — недоумевает Давлетов.

Конфликты в произведении служат развитию сюжета, раскрытию характеров. Через конфликты мы узнаем новое о Давлетове. Убеждаемся, что он глубоко мыслящий, рассудительный, терпеливый человек. Понимает, что люди с нечистой совестью готовы «вставить палки в колеса» в его работу.

Чтобы выяснить, сколько засеяно неучтенных гектаров земли, Давлетов решает создать комиссию по обмеру посевных площадей. Конфликт, назревающий вокруг этого события, является основным конфликтом романа. Он позволяет раскрыть мировоззрение героев, их отношение к государственной и личной собственности. На партийном собрании, где ставился вопрос о новом обмере посевных площадей, между Сержановым и Давлетовым происходит диалог, который раскрывает их противоречивые взгляды на жизнь. Этот диалог является важным в понимании характеров двух героев и дает толчок к дальнейшему развер-

тыванию сюжета. Писатель показывает своего героя Давлетова всесторонне, ставит его в реальные конфликтные ситуации.

Беспокойство Сержанова против нового обмера земель понятно. Ведь за счет этих неучтенных в документах, припрятанных посевов совхоз ежегодно перевыполнял план по сдаче хлопка и риса. На за работу на этих внеплановых участках рабочим не выплачивалась зарплата, не было учтено горючего, дополнительных запчастей. И эти издержки сказывались на экономике совхоза, били по карманам простых жителей. Писатель описал конкретный эпизод и умело внес его в общую ткань произведения.

В романе «Зеница ока» характер нового директора и других героев конкретизируется в горячий период хлопковой страды. Секретарь райкома Нажимов посылает телефонограмму в совхоз с требованием повысить дневную сдачу хлопка-сырца до двух процентов. А заместителю директора Ержану Сержанову позвонив лично, поручает выполнить в трехдневный срок план по заготовке овощей, фруктов. Давлетов в недоумении: как же выполнить этот странный приказ? Но, присмотревшись, он выясняет, что есть, оказывается, разгадка тайны. Такие поручения были привычным делом: в некоторых бригадах раскрывшийся и готовый к сбору хлопок специально придерживают до получения такого приказа сверху.

Чтобы раскрыть характеры героев глубоко и всесторонне, автор использовал испытанные приемы — внутренний монолог, диалог.

Внутренний мир героев романа глубже раскрываются в эпизоде на заседании бюро райкома. Нажимов отчитывает Давлетова за то, что он не выполнил приказ. Если до сих пор план сдачи молока, бахчевых культур составлял в совхозе 50 процентов, по после личной просьбы Нажимова, Сержанов умудрился сдать оставшиеся 50 процентов за 3 дня. За что секретарь райкома выражает Сержанову благодарность. Но новый директор, отличавшийся честностью, прямолинейностью, в данной ситуации не может закрыть глаза на факт очковтирательства, так как он знал секрет этого быстрого успеха. На бюро райкома он открыто говорит о проделанной махинации. «Не сдавали мы молоко на молокозавод. Мы купили его. А овощи продали месяц назад на рынке спекулянтам, деньги же внесли согласно твердым оптовым ценам ларька «Заготплодоовощ». Вот как мы выполнили половину плана за три дня». [1, с. 213]

Это выступление Давлетова на заседании бюро райкома свидетельствует о его смелости, справедливости, принципиальности, об ответственности, о серьезном отношении к делу. Автор в образе Давлетова воплотил лучшие качества человека — руководителя, которых было немало. Его образ был бы неубедительным, надуманным если бы автор сооб-

шил справочные данные о герое, говорил бы о нем только хорошее, от этого образ проиграл бы. Образ Давлетова — несомненная удача и заслуга писателя.

Некоторые члены совхоза пытаются работать, используя такие привычные методы застойного периода как хищение, приписка. Давлетов разоблачает аферу бригадира Ельбая, когда тот приносит на подпись ведомости с фамилиями несуществующих людей.

Чтобы образы выглядели жизненными, автор изображает их в динамичном развитии, раскрывая характер героев, заостряет внимание на психологических моментах состояния персонажа, на его раздумьях, мыслях, переживаниях, используя художественный прием внутреннего монолога.

Как отмечают многие исследователи использование внутреннего монолога в раскрытии характера героя позволяет усилить и углубить его психологизм. [2, с. 60]

Каипбергенов, показывая ход мыслей героя, использует следующие виды монолога: воспоминания, размышления. Например, «Но я не радуюсь чужой гибели. Не радуюсь. Не хотел «гробить» директора «Жаналыка». Не думал об этом! «Не просился на его должность. Назначили. Заставили. Оправдание тебе одно: поднимешь хозяйство, тогда люди тебя поймут; Но вряд ли душа Сержанова примет этот защитный лепет?» [1, с. 27]. «Чудной народ этот «Жаналыкцы». Могут вывести из терпения кого угодно. Надо же так привязаться к Сержанову. Ничем не оторвешь. Не хотят «Жаналыкцы» чтобы Сержанов уходил от них». [1, с. 26]

Эти мысли, одолевавшие Давлетова в период, когда его знакомят с жителями «Жаналыка» в качестве нового директора. Особый эффект этому эпизоду придает стремление автора показать переживания, тревоги Давлетова в совершенно новой для него ситуации. Естественным и понятным для каждого являются сомнения человека, оказавшегося в новой для него роли. Посредством внутренних монологов Давлетов представлен читателям не как запланированный идеал положительного героя, а как человек, живущий рядом с нами, со всеми его достоинствами и недостатками.

Мастерство Каипбергенова заключается в том, что он своевременно, к месту использует монологи, выбирая удачные эпизоды, конфликтные ситуации. Герой романа Давлетов, прежде чем предпринять какое-либо решение, сначала спокойно, не спеша обдумает каждую деталь. Поэтому, в раскрытии его характера автор использует внутренние монологи более часто и монологи имеют более развернутую форму.

Родителей Давлетов не помнил. Он потерял их в раннем детстве. Бабушка Айлар воспитала и вырастила его, была для него единственным родным человеком. И, став взрослым, через много лет Давлетов понимает, разгадку многих таинственных слов бабушки, которые тогда в детстве, казались для него странными.

Возвращаясь после собрания в «Жаналыке», Давлетов останавливается у холмов старой Айлар, вспоминает свое голодное детство, трудные военные годы. Он вспоми-

нает одноногого солдата, давшему ему буханку хлеба, которая спасла жизнь Давлетову и его бабушке. Этим солдатом оказался отец Шарипы — Нуржан.

В жизненно важные моменты, желая поделиться своими сомнениями, герой приходит к пескам старой Айлар, чтобы у истоков своего детства найти ответы на волнующие его вопросы. Придя к пескам старой Айлар, Давлетов размышляет о своей судьбе, семье, о взаимоотношениях с женой — Светой, с Шарипой. Как и всякий человек он в жизни не раз ошибался, да и в семейных вопросах не знал иногда, где найти правильное решение. Жена его, Света, считает, что им достаточно иметь одного ребенка. И поэтому, кроме восьмилетней Айлар, у Давлетовых не было детей. «Не смог заставить жену родить хотя бы второго ребенка. С собственной женой не сладил, а собирается управлять сотнями людей». [1, с. 175] Эти монологи помогают узнать героя ближе.

Монолог способствует раскрытию взаимоотношений Давлетова и его жены. Постепенно, разговоры о детях стали для них как бы запретной темой, они стали избегать их, чтобы не возникла между ними ссора. Давлетов сожалел всегда о том, что уступил просьбам жены и не мог себе простить этого. «Давлетов рос один, а у его сверстников было по шесть, семь братьев и сестер. И из-за этого постоянно ощущал в своей судьбе какую-то недожитость. И теперь мечтал стать многодетным отцом, к тому же не хотел, чтобы маленькая Айлар со временем тоже ощутила чувство «недожитости». Но Светлана противилась». [1, с. 177] Быть может в ту ночь его к Шарипе погнало чувство засевшей обиды к жене, нежелание Светы понять мужа. [3, с. 64]

В самых трудных ситуациях Давлетов остается верен своим принципам. Когда на него поступает анонимка в районный центр, то его не волнует собственная репутация, он первым делом беспокоится об авторитете Шарипы. «Нет, она ни в чем не виновата. Во всем случившемся виновен я один. Она даже из-за меня замуж не вышла. А теперь должна страдать. Не хватало того, чтобы она осрамилась на весь район». [1, с. 223] Мы видим смелость Давлетова признать собственные ошибки, делать выводы из своих и чужих просчетов, стремление бороться за справедливость и правду, охранять их как зеницу ока.

Мастерство автора проявилось и в создании характера Ержана Сержанова. Удача заключается в том, что он сумел изобразить образ типичного человека эпохи застоя. Это корыстолюбивый, хитрый человек, возглавлявший совхоз почти четверть века. Он думал и работал по старинке, осторожно, осмотрительно. Он умел приспособиваться к неожиданным случайностям. Главный его принцип в жизни — уметь держаться. «Если умеешь держаться — дорога ли ухабиста, конь ли споткнулся — шею не сломаешь». [1, с. 40]

В романе «Зеница ока» следующим испытанным проверенным приемом раскрытия характеров является диалог. На диалог возлагаются следующие функции: конкретизиро-

вать характеры героев, динамически развивать сюжет, придать конфликтам естественный правдоподобный характер. Использование диалога служит построению композиционной структуры произведения. В некоторых случаях единственное слово в речи характеризует героя, раскрывает внутренний мир. При этом многое зависит от умения автора своевременно использовать диалог. Диалоги в романе отличаются остротой, злободневностью.

В романе диалоги помогают нам стать свидетелями многих событий и позволяют плавно перейти от развития одной сюжетной линии к другой. В самом начале романа, Нажимов в разговоре с Сержановым, невзначай, упоминает имя Шарипы Сержановой и ее отца Нуржана, говорит, что она известный ученый-гидролог, и поэтому заслужила квартиру в райцентре. Писатель в данном случае возложил на диалог композиционную функцию. Этот диалог знакомит нас с будущими персонажами романа и готовит почву для дальнейшего развития сюжета.

Литература:

1. Каипбергенов Т. «Зеница ока». Роман. Москва. «Советский писатель». 1986, 232 стр.
2. Гинзбург Л. «О психологической прозе». Л. 1977, 330с.
3. Есенов Ж. Шеберликтин сырлары. Нукус, 1986. 64—76 с.

Семантико-структурные особенности цикла романов Р. Желязны «Хроники Эмбера»

Пачколин Василий Анатольевич, аспирант

Московский городской педагогический университет, Самарский филиал

В данной статье автор предпринимает попытку рассмотреть семантико-структурные особенности наиболее известного произведения Роджера Желязны «Хроники Эмбера», состоящего из двух циклов романов, по пять в каждом цикле. Материалом данной работы являются пять романов первого цикла.

Каждая часть «Хроник» не является сюжетно завершенной и включает в себя определенный набор тем и проблем, и является логическим продолжением предыдущей. Все романы цикла мы относим к жанру научного фэнтези, однако они содержат элементы приключенческого, детективного, шпионского и психологического романов являясь, тем не менее, целостным произведением. Художественная манера Желязны характеризуется смешением различных жанров. Сам автор самоиронично признавал, что пишет «научное фэнтези, потому что маленькая часть меня, которая желает оставаться честной в то время, когда я рассказываю тщательно просчитанную ложь научной фантастики, обязывает меня показать таким способом, что я не знаю всего, и что мое незнание тоже должно быть каким-то образом проявлено в той вселенной, которую я творю» [5].

Диалоги отражают ту или иную общественную или личную проблему. Примером могут служить диалоги между Давлетовым и его женой Светланой, Ержаном Сержановым и его братом Нуржаном, Сержановым и завмагом. Речь каждого персонажа индивидуальна, соответствует характеру героя, его психологическому состоянию.

В раскрытии характеров героев романа основную роль играют социально — общественный, бытовой, семейный конфликты, способствуя развитию сюжета.

Целостная сюжетная линия Т. Кипбергенова «Зеница ока» служит раскрытию отрицательных явлений застойного периода как очковтирательство, приписка, безхозяйственность, взяточничество, воровство. Характеры героев романа показаны без идеализации, со всеми противоречиями и выглядят убедительно.

В романе «Зеница ока» Т. Каипбергенов подводит к мысли, что человечность превыше всего и ее мы должны беречь как зеницу ока.

«Хроники Эмбера» можно назвать итоговым произведением автора, в нем автор поднимает все вопросы и темы, которые были затронуты в его творчестве ранее. Весь цикл «Хроник» является сложным преломлением психоаналитических идей Юнга и Фрейда, в нем автор предлагает вниманию читателя свой взгляд на устройство человеческой психики. Для этого автор использует бинарную оппозицию Эмбер (порядок) — Хаос (непорядок) [1], где Эмбер ассоциируется с сознанием человека а Хаос с бессознательным, и все последующие приключения главного героя олицетворяют собой проблемы, с которыми сталкивается каждый человек на пути к своей индивидуации, т. е. уравновешенному и гармоничному состоянию психики, свободному от влияния детских психологических травм, комплексов и приводящего человека к умению контролировать «хаос» своего бессознательного, черпая в нем жизненные силы и потенциал для творчества. «Индивидуация заключается в том, чтобы стать отдельным существом и, поскольку мы понимаем под индивидуальностью нашу глубочайшую, последнюю и несравненную уникальность, — стать собственной самостью. Поэтому “индивидуацию” можно было бы пе-

ревести и как “самостановление” или как “самоосуществление”» [3, с. 235].

Юнг выделял пять стадий индивидуации. Как мы уже отмечали, цикл «Хроники Эмбера» можно считать оригинальной трактовкой идей Юнга, а потому каждый из романов цикла можно соотнести с одной из пяти стадий юнгианского процесса индивидуации личности.

Первый роман цикла, который называется «Nine Princes in Amber» (Девять принцев Эмбера, 1970), сочетает в себе элементы детектива (начало романа) и рыцарского романа, наполненного кельтскими мотивами, что проявляется в обилии кельтских названий, имен и параллелей по линии сюжета.

В начале повествования главный герой — принц Корвин предстает перед читателем в образе самого заурядного человека, наделенного всеми типичными для современного общества комплексами: эдиповым комплексом, комплексом неполноценности, а также некоторой расщепленностью, выражавшей в периодических проявлениях мании величия.

Сообразно первой стадии индивидуации Юнга, ведущей темой этой части цикла является стремление героя самоидентифицироваться, понять кто он есть (в начале буквально, потому что действие начинается с того, что главный герой обнаруживает себя в больнице и страдает от временной амнезии, в результате аварии вызванной покушением на его жизнь) и что ему делать (в поисках причины своего состояния, мир вокруг представляется ему враждебным и полным опасностей). Естественно, выводы, сделанные в подобном состоянии, выдвигают на первый план поспешные решения о мщении и возвращении себе былых позиций, несмотря на неизбежные жертвы и ошибки, за которые ему предстоит неминуемая расплата в будущем. В это время он и совершает одну из ошибок проклиная своего брата и открывая тем самым Черную дорогу, по которой в дальнейшем чудовища из Хаоса могут беспрепятственно проникать в другие миры, вызывая дисбаланс добра и зла. Здесь мы опять видим аналогию с человеческой психикой, когда под властью своего Эго и бессознательных процессов, человек принимает необдуманные и неконструктивные решения, идя на поводу своих комплексов. В самом конце романа главному герою удается бежать из заключения и у него появляется возможность обдумать свои дальнейшие действия, с учетом прошлых ошибок.

Во второй части «Хроник», которая называется «Ружья Авалона» (The Guns of Avalon, 1979), главной темой стали осознание вины и исправление ошибок. По дороге в Авалон (Avalon — прообраз кельтского Острова Блаженных, где обретает свой покой король Артур) Корвину приходится столкнуться с результатами своей прежней легкомысленности и вступить в борьбу с темными силами, которые он сам и вызвал к жизни ранее. В это время он проделывает в себе большую внутреннюю работу, переосмысливая события последнего периода своей жизни и приходит к выводу, что помимо гордыни и тщеславия существуют понятия долга и ответственности, и они ставятся ему близки,

тем самым он меняется как человек, осознавший что-то более высокое и важное, и удовлетворение сиюминутных амбиций уходит на второй план. Однако, как и процессы индивидуации второй стадии, по классификации Юнга, он еще не в силах полностью отделиться от детских комплексов, в частности от Эдипова комплекса, и продолжает неосознанное соперничество с отцом, не оставляя попыток занять трон Эмбера. Достигнув Авалона он собирает новое войско и опять идет на штурм Эмбера, однако, столкнувшись с тем, что Эмбер атакован созданиями Черной дороги, принимает решение встать на его защиту и борется с чудовищами рука об руку с братом, которого еще недавно ненавидел всем сердцем. Неожиданно в этой битве его брат (принц Эрик) погибает и в итоге Корвин получает то, к чему стремился — он стал первым претендентом на престол Эмбера. Однако это не приносит ему ожидаемого удовлетворения, видимо, в силу произошедшей в нем переоценкой ценностей, он не торопится занять трон отца. Во второй части «Хроник» отчетливо прослеживается христианский мотив об искуплении грехов, страданиях и ожидаемой награде, однако, Корвин уже не тот человек, которым был еще недавно, и долгожданная награда не приносит ему должного удовлетворения.

В третьем романе, как и в третьей стадии индивидуации Юнга, у героев происходит своего рода деидеализация прежних проекций, в частности на фигуру отца. Всемогущество теперь не проецируется на его личность, так как он оказывается по своей сути таким же человеком, как и они, теперь, получив способность к абстрактному мышлению, оно проецируется высшие категории: Судьба, Истина, Бог. Один из принцев Эмбера Брэнд (Brand), решает не ждать милости судьбы, а делает попытку сам завладеть высшей силой, так и не сумев избавиться от Эдипова комплекса, сам стать подобным Богу.

По сюжету третий роман цикла «Знак Единорога» (Sign of the Unicorn, 1975) близок к классическому детективу. Он начинается с убийства одного из братьев — принца Каина и далее Корвин ведет расследование данного убийства в духе романов Агаты Кристи.

В четвертом романе «Рука Оберона» (The Hand of Oberon, 1976) Железны с помощью своих героев пытается раскрыть, ставшую популярной в эти годы в американском обществе, тему «отцов и детей», избавления от комплексов и поиска собственного пути в жизни. С этим процессом соотносится четвертая стадия индивидуации Юнг, характеризующаяся снятием проекций даже с теологических абстракций, возникновению «пустого центра» внутри собственной личности и желанием заполнить чем-то эту пустоту, дав начало новой, более осознанной ступени развития.

Отношения короля Оберона и его детей непросты, порой они чувствуют себя марионетками в руках отца и ненавидят его, не понимая, что в конечном итоге все его действия направлены на благополучие управляемого им мира, хотя как и любой человек он не лишен недостатков. Во время отсутствия Оберона его дети начинают борьбу

за власть, которая обнажает скрытые мотивы и слабости каждого, в тоже время для некоторых из них, включая Корвина, это становится возможностью разобраться в себе, понять причины произошедших в нем перемен.

Заключительная пятая часть «Дворы Хаоса» (The Courts of Chaos, 1978) являет собой заключительную стадию процесса индивидуации главного героя. Опыт, полученный в первой половине жизни, помогает ему завершить путь самопознания, а дальнейшее развитие, присущее второй половине жизни, определенная Юнгом как пятая стадия развития сознания, помогает воссоединению сознания и бессознательного. Данные психологические процессы приводят Корвина к заключительному шагу в процессе своей индивидуации, что находит свое выражение в создании нового Образа, являющегося новым миром, самостоятельным, не зависящим от старого мира, но вобравшим в себя его позитивный опыт, по аналогии с сознанием человека второй половины жизни свободным от груза прежних комплексов и проекций. Но история на этом не закончена, у Корвина есть сын Мерлин, который совместил в себе кровь Эмбера и Хаоса, и которому только предстоит дорога, проделанная его отцом, — нелегкий путь самопознания и индивидуации.

Повествование в «Хрониках Эмбера» ведется от первого лица, это дает возможность автору выражать скрытые недоступные внешнему наблюдателю мысли и чувства рассказчика, открывает путь разнообразным формам самонаблюдения и рефлексии персонажа, и иногда делает его схожим с личным дневником. Данный вид повествования характерен для творчества Желязны, он предрасполагает к конструированию нарративного идиостиля рассказчика, с особым выбором лексики, идиоматики, другими языковыми особенностями. Отличительными чертами персонажа-рассказчика от первого лица являются субъективность в подаче и осмыслении событий и трактовке мотивов действий других персонажей, неполнота сведений, которыми он располагает, эксплицитный психологизм его оценок других действующих лиц. Кроме того, такой «я»-рассказчик может иметь цель ввести адресата в заблуждение или дать намеренно искажённый образ событий. «Я»-нарратив предполагает, что читатель выстраивает свой образ рассказчика и в ходе восприятия текста корректирует конструируемый рассказчиком образ реальности, восстанавливая, что «на самом деле» произошло. Фигура рассказчика от первого лица накладывает и известные ограничения на авторское повествование, например, в описании героя — рассказчика, в таком случае автору приходится прибегать к описанию героя через речевые средства описания, таким образом, речь, вложенная автором в уста героя уже содержит материал, на основании которого читатель может сделать вывод о личности героя. Так в начале первой части автор приводит мысли Корвина: «In the state of Denmark there was an odor of decay», что является аллюзией к «Гамлету» Шекспира, в оригинале у автора: «Something is rotten in the state of Denmark» [4]. Так герой характеризует свое от-

ношение к ситуации, в которую он попал, оказавшись запертым в частной клинике, куда его определили виновники покушения на его жизнь. Далее в романе автор часто вкладывает в уста своего главного героя (как, впрочем и других персонажей) цитаты из произведений не только Шекспира, но и Джона Китса, Агаты Кристи, Льюиса Кэрролла, так, например, в одной из сцен последней части «Хроник» Корвин произносит: «Вы всего лишь колода карт!... Я с вами не пойду. Оставь меня здесь. Все равно я только джокер» [4, с. 193].

Имена героев так же несут в себе определенный смысловой посыл к фоновым знаниям читателя, так имя главного героя Корвин (Corgwin), является производным от *corvinus*, т. е. имеющий свойства ворона, либо «вороненок». В ирландской эпической традиции ворон ассоциировался с мраком и тьмой, а также даром пророчества, что в полной мере характеризует главного героя, особенно в начале повествования и в первой его половине. Имена большинства героев «Хроник» отсылают к кельтской мифологии. Например, имя любимой сестры Корвина — Дейдре (Deirdre), от кельтского Deirdre (трепетная) — прекраснейшая дева Ирландии, которой была напророчена вина за будущую гибель страны. В имени принца Кейна (Caine) заключена двойная аллюзия: от ирландского *caín* — плата за использование земли или штраф, взятый натурой, а также от имени ветхозаветного персонажа Каина (Caine) — братоубийцы. В именах второстепенных персонажей Ланселота (Lancelot du Lac) и Ганелона (Ganelon) содержится аллюзия на легенды о Короле Артуре и Рыцарях Круглого Стола. Имя короля Эмбера — Оберона отсылает к пьесе Шекспира «Сон в летнюю ночь (A Midsummer Night's Dream), где Обегон — король фей и эльфов, кроме того Оберон был известен задолго до Шекспира в качестве героя западноевропейского фольклора.

Использование аллюзий помогает автору глубже раскрыть образы своих героев, предлагая читателю почерпнуть информацию об этих персонажах (помимо описания их в тексте), так же отсылкой к денотату их имен, которые превращаются в аллюзивные имена собственные (АИС). АИС в данном случае можно считать определенным иконическим знаком, так как оно моделирует определенную реальную или нереальную ситуацию; а так же порождает ассоциативные связи в сознании читателя, являясь разновидностью аллюзии, оно функционирует в аллюзивном процессе, смысл которого состоит в кодировании информации автором и декодировании ее читателем. Желязны использует широкий спектр АИС в данном произведении: это и АИС — антропонимы, и АИС — топонимы, и АИС — теонимы. Таким образом, посредством ввода прецедентного имени собственного, как части прецедентного текста, в свой вторичный текст, автор наполняет его определенным лингвокультурным смыслом. Аллюзивные имена собственные являются в данном случае важным способом выражения авторской интенции и реализуют так же прагматическую функцию, обогащая художественное произведение и внося

в него ассоциативные линии, помогающие читателю приблизиться к наиболее полному пониманию авторского замысла. Как следует из вышеизложенного использование интертекста во всех его проявлениях: цитаты, аллюзии, реминисценции, а так же параллели по линии сюжета, являются для Желязны одним из любимых средств передачи авторской интенции. Таким образом, текст «Хроник

Эмбера» представляется своего рода мозаикой, составленной из цитат, мотивов и образов мирового литературного наследия. В нем представлен широкий спектр жанров мировой литературы различных времен от классиков до современных писателей, от высокой литературы до массовой, а также в нем переплетены религиозные и мифологические мотивы.

Литература:

1. Анисимова О. В. Поэтика «Хроник Эмбера» Роджера Желязны. Дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.03 / Анисимова Ольга Владимировна — СПб., 2010. — 179 с.
2. Желязны Р. Дворы Хаоса. — СПб.: Terra Fantastica, 1996. — 495 с.
3. Юнг К. Г. Отношения между Я и бессознательным / Психология бессознательного. — М.: Канон +, 2003. — 175–316 с.
4. Bevington D. The Complete Works of Shakespeare / Fifth Edition / ed. Longman, 2003. — 1800 с.
5. Zelazny R. Fantasy and Science Fiction: a Writer's View — 2000. — Электрон. дан. — Режим доступа: <https://books.google.ru/books?isbn/> — Загл. с экрана.

ТЕОЛОГИЯ

Религиозные взгляды в борьбе с коррупцией

Кадырова Мадинабону Тургуновна, преподаватель арабского языка

Международная исламская академия Узбекистана (г. Ташкент)

В данной статье рассматриваются взгляды Библии, Корана на коррупцию. А также примеры из хадисов, в которых Посланник гневно осуждает взяточничество.

Ключевые слова: коррупция, лжесвидетель, искушение, грех, запрет, религия, пророк, хадис, аят, борьба

С самого начала мы должны понять, что такое коррупция. Коррупция — это подкуп взятками, продажность должностных лиц, политических деятелей. Этот термин обычно обозначает использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав, а также связанных с этим официальным статусом авторитета, возможностей связей в целях личной выгоды, противоречащее законодательству и моральным установкам. С этим пороком человечество борется за всё время своего существования, но оно не способно само устоять перед искушением завладения чужим имуществом методом владения власти. Ещё до ниспослания Корана этот вопрос поднимался до уровня грехопадения. Так, в Библии Всевышний предупреждает о большом грехе за взятки или коррупции. В каждом своём священном слове Всемогущий напоминает о растлении души и уничтожении собственного «я» при незаконном овладении чужим имуществом, деньгами и тому подобным. При сотворении человека Бог руководствовался идеей создания праведного человека. Однако человеческая сущность стала использовать свой разум и в других целях, одной из которых является коррупция..

«Вот шесть, что ненавидит Господь, даже семь, что мерзость душе Его: глаза гордые, язык лживый и руки, проливающие кровь невинную, сердце, кующее злые замыслы, ноги, быстро бегущие к злодейству, лжесвидетель, наговаривающий ложь и сеющий раздор между братьями». (Притча.6:16–19)

Христианам подобные чувства знакомы, и сердце тянется ко греху. Но в нас должны быть чувства, такие же *«какие и во Христе Иисусе»* (Фил. 2:5).

В книге Притч мы так же находим о лжесвидетельстве: *«Глупость человека извращает путь его, а сердце его негодует на Господа. Богатство прибавляет много друзей, а бедный оставляет и другом своим. Лжесвидетель не останется ненаказанным, и кто говорит ложь, не спасется. Многие заискивают у знатных, и всякий — друг человеку, делающему подарки».* (Притча.19:3–6)

В Ветхом Завете человек уже пользовался своей властью и получал особые «подарки», которые в наше время называется просто — взятка. Жаль, что люди уже не чувствуют грань между злом и добром.

«Лжесвидетель не останется ненаказанным, и кто говорит ложь, погибнет». (Притча.19:9)

Как же тогда трактовать добро и зло?

Если спросить об этом людей, то мнений и трактовок будет очень много. Ведь у каждого человека на этот счет свое мнение. Хотя мнения могут быть схожими. Люди очень стали выдавать зло за добро, хорошее за плохое, правду и истину заменять ложью.

Посмотрим, что сказано об этом в Слове Божьем:

«Горе тем, которые зло называют добром, и добро — злом, тьму почитают светом, и свет — тьмою, горькое почитают сладким, и сладкое — горьким! Горе тем, которые мудры в своих глазах и разумны пред самими собою! Горе тем, которые храбры пить вино и сильны готовить крепкий напиток, которые за подарки оправдывают виновного и правых лишают законного! За то, как огонь съедает солому, и пламя истребляет сено, так истлеет корень их, и цвет их разнесется, как прах; потому что они отвергли закон Господа Саваофа и презрели слово Святаго Израилева». (Ис.5:20–24)

Какие методы должны использовать праведники в борьбе с этим злом? Конечно же Божьи. Человеческий фактор в этой борьбе бессилён. Поручите какому-либо органу заняться данной борьбой. Этот орган увязнет в порочном кругу (ты мне я тебе) в отрицательном смысле слова. Необходимость неотвратимости наказания один из методов, применяемых государством на сегодняшний день. Однако не всегда это процедура помогает, так как велико искушение у некоторых власть имущих получить просто так взятку.

В нашем примере это поступление в учебное заведение, получение неза заслуженной хорошей оценки, искусственное присутствие на занятиях при фактическом отсутствии, т. е. ещё много и множество случаев и непредсказуемых ситуа-

ций, где власть имущие воспользуются ею в своих корыстных целях.

Какие слова и решения подсказывает Бог в решении этой проблемы? Где и как они применяются в деле? Кто и как победил эту ситуацию? Побеждает Ислам — самая мудрая религия на земле. В данном случае мы не пропагандируем Ислам, а приводим примеры, способствующие уменьшению этой болезни т. е. коррупции. Воспитательными методами борьбы с коррупцией в Исламе считаются: чтение молитвы (намаз), пост (ураза), закят, посещение мечети в пятницу, где с помощью святого отца преподается урок о праведности в помыслах и действиях. Однако, не прослеживается воздействия необходимой глубины на действия человека со стороны имамов, связанного с этим пороком. Все лекции пастыря проходят «мимо ушей», а значит отдельные прихожане продолжают заниматься порочным делом. Проповеди имамов слабы и не отвечают требованиям сегодняшнего дня. В министерствах и ведомствах еженедельно проводятся совещания, на которых выслушивают высшие руководители данных учреждений. Нередко приглашаются и другие деятели науки и религиоведы. Однако мало толку от совещаний, относящихся к борьбе с коррупцией.

Бюрократические проволочки в решении какого-либо вопроса или дела приводят к ускоренному развитию этого порока. Значит, у личности находящегося у власти необходимо воспитывать иммунитет к этому пороку. На вопрос кто этим должен заниматься, я отвечаю МЫ учителя общеобразовательных школ и высших учебных заведений. Господь в своих священных писаниях с постоянством напоминает нам о роли учителя в жизни общества. Политическое убеждение нынешнего руководства нашей Республики также совпадает с божьим замыслом, что учитель должен дать не только знания естественных предметов, но и воспитать у личности моральные устои и нравы. Самым уважаемым и почитаемым человеком в Узбекистане отныне является учитель, заявил президент Шавкат Мирзиёев на совещании по вопросам развития системы народного образования, повышения квалификации педагогов и их авторитета в обществе.

«В условиях Узбекистана с сегодняшнего дня самый уважаемый и почитаемый человек — это учитель. Судьба государства, судьба общества, судьба нации связаны с уважаемыми учителями — это никто никогда не может отрицать», — подчеркнул Шавкат Мирзиёев (газета.uz 25.08.2019)

А в особенности у учителей права, языковедения и религиоведения. Считаем, что во-первых моральную устойчивость к этому пороку необходимо прививать ученикам отдельным предметом или дополнением к вышеназванным предметам, включая в планы учителей, преподавателей всех уровней образования. Например: создании комиссии по морали и этике, которая в свою очередь организует мониторинг поведения своих сотрудников на предмет коррупционных действий, методом опроса учеников и студен-

тов увольнять таких псевдоучителей прилюдно. Во-вторых настало время организовывать курсы повышения квалификации Имамов и других лиц, получающих лицензии для деятельности в сфере Религии. Возложить на аттестационную комиссию обязанность на предмет выявления коррупционеров среди религиозных деятелей.

В Коране о коррупции приводится следующее: «Не пожирайте между собой бесправно чужого имущества и не подкупайте деятелей суда, чтобы приобрести себе чужое имущество, это будет бессознательный грех»(2:188)

«Ты наблюдаешь то, как многие из них стремятся совершить грешные поступки, враждовать и пожирать запретное, поистине всё что они делают, это скверно, почему же раввины и священники не препятствуют их греховным делам и пожиранию запрещенного? Поистине, скверно то, что они творят»(5:62–63)

Есть целый ряд хадисов, в которых Посланник Аллаха (мир ему) гневно осуждает взяточничество. Например: в Муснаде Ахмаде ибн Ханбале приводится следующий хадис: «Да проклянет Аллах дающего и берущего взятку, а также посредничающего в этом».

Со слов Абдуллаха Ибн «Умара (да будет доволен ими обоими Аллах) передаётся, что он слышал, как Посланник Аллаха говорил:

كُلُّكُمْ رَاعٍ ، وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ: الإِمَامُ رَاعٍ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ ، وَالرَّجُلُ رَاعٍ فِي أَهْلِهِ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ ، وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ فِي بَيْتِ زَوْجِهَا وَمَسْئُولَةٌ عَنْ رَعِيَّتِهَا ، وَالْخَادِمُ رَاعٍ فِي مَالِ سَيِّدِهِ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ ، وَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

«Каждый из вас является пастырем, и каждый из вас несёт ответственность за свою паству. Правитель является пастырем и ответственен за свою паству. Мужчина в своей семье является пастырем и ответственен за свою паству. Женщина является пастырем, присматривающим за домом своего мужа, и она ответственна за свою паству. Слуга является пастырем в имуществе (деньгах) своего хозяина, и он несёт ответственность за свою паству. Итак, каждый из вас является пастырем, и (каждый из вас) несёт ответственность за свою паству». (Бухари, 893, 2409; Муслим, 1829)

В этом мире многим удаётся уйти от ответственности, используя коррупционные схемы, свою власть и положение в обществе. Однако в Ахирате каждому человеку, какие бы высокие должности он ни занимал, непременно придётся держать ответ перед Всевышним за всё содеянное.

В хадисе, который передают Бухари, Муслим и другие, от Абу Хурайры (да будет доволен им Аллах) передаётся, что однажды Посланник Аллаха сказал:

فَإِنَّ اللَّهَ سَأَلُهُمْ عَمَّا اسْتَرَوْا عَنْهُمْ

«А Аллах обязательно спросит с них (правителей) за всё то, что Он вверил им». (Бухари, 3455; Муслим, 1842; Ибн Маджах).

С целью предотвращения личной заинтересованности государственных служащих и с целью противодействия

коррупции Посланник Аллаха не назначал на должности тех, кого лично просили назначить на ту или иную руководящую работу, особенно если он не обладал необходимыми для руководителя качествами.

От Абу Зарра (да будет доволен им Аллах) передаётся:

قُلْتُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، أَلَا تَسْتَعْمِلُنِي؟ فَضَرَبَ بِيَدِهِ عَلَيَّ مِنْكِبِي، ثُمَّ قَالَ:
يَا أَبَا ذَرٍّ، إِنَّكَ ضَعِيفٌ، وَإِنَّهَا أَمَانَةٌ، وَإِنَّهَا يَوْمَ الْقِيَامَةِ خِزْيٌ وَنَدَامَةٌ، إِلَّا مَنْ
أَخَذَهَا بِحَقِّهَا، وَأَدَّى الَّذِي عَلَيْهِ فِيهَا

«Однажды я сказал Пророку “О Посланник Аллаха, не назначишь ли ты меня управлять чем-либо?”, — он же ударил меня рукой по плечу, а потом сказал: “О Абу Зарр, поистине, ты слаб, а власть представляет собой нечто доверенное человеку (аманат), и в День воскрешения она обернётся позором и сожалением для любого человека

за исключением того, кто получит её по праву и выполнит то, что ему как правителю положено”». (Муслим, 1825)

Следовательно, мы преподаватели всех уровней в своих планах должны предусматривать методы воспитательного воздействия на своих учеников в части противозаконности коррупционных действий. Своим примером должны создавать иммунитет у молодого поколения к искушению овладения чужим имуществом. Всякий раз, когда мы встречаемся с родителями этих учеников мы должны создавать обстановку неприятия коррупционных действий. Коррупция как коррозия будет уничтожать государственность в широком смысле этого слова. Давайте вместе создавать антикоррупционную ситуацию и вносить действенные предложения. Нам следует запомнить одну истину, что любое нарушение земного законодательства является нарушением небесного (божественного).

Литература:

1. Михаил Пиотровский. «Коранические сказания» (1991).
2. Григорий Кляйн «Проект, избежавший коррупции» М., 2018.
3. Harold A., Lerch Sr. «Руководство по изучению Библии» Русский перевод М., 2018.
4. Коран.Перевод смыслов и комментарии Иман Валерии Пороховой М., 2014.
5. Румянцева Е. Коррупциология: преступление и наказание М., 2017.
6. Мухаммад Фатхи Islam.kz

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ ҚАЗАҚСТАН

БҚО Орал қаласы, «Мирас» Шаруа қожалығындағы қолдан ұрықтандыру кезінде жіберілетін қателіктер

Орынбек Айбек Жаксығалиулы, студенті;
Султанғалиева Улия Жалғасқызы, студенті,

Қазақстан Республикасы Жәңгір хан атындағы Батыс Қазақстан аграрлық-техникалық университеті

Жасанды ұрықтандыру - бұл ұрықты тікелей жатырға енгізу арқылы бедеулікті емдеу әдісі. Ғалымдар үй малын тез өсіру жолын жасады. Содан бері жануарлар адамдарға арналған техникаға бейімделе бастады.

Түйін сөздер: жасанды ұрықтандыру, бедеулік, емдеу әдісі, техника.

Ошибки при искусственном осеменении в крестьянском хозяйстве «Мирас» г. Уральска

Орынбек Айбек Жаксығалиулы, студент;
Султанғалиева Улия Жалғасқызы, студент

Западно-Казахстанский аграрно-технический университет имени Жангир хана (г. Уральск)

В статье рассматривается опыт применения искусственного оплодотворения в разведении домашнего скота на примере одного из фермерских хозяйств.

Ключевые слова: искусственное осеменение, домашний скот.

Жасанды ұрықтандыру да тиімділігін арттырады. Әдетте, бір эякулятта жеткілікті шәует шығарады, сұйылту және жүзден астам доза жасау үшін жеткілікті түрде қолданылады. Шәует, сондай-ақ Құрама Штаттардың айналасында түрлі малдарға тиесілі болуы мүмкін, олардың табындарын қолдан ұрықтандыруға мүмкіндік береді. Бұл көптеген өндірушілерге асыл тұқымды малдарды фермада күтіп-бағудан аулақ болуға мүмкіндік береді.

Ақырында, жасанды ұрықтандыру сіздің табыныңыздың генетикасын едәуір жақсартып алады. Қолдан ұрықтандыру неғұрлым танымал болғандықтан, көптеген өндірушілер ұрықты өздерінің асыл тұқымды өндірушілерінен жинайды сатып алу үшін басқа өндірушілерге береді. Бұл өндірушілерге жануарларды өсіргісі келетіндерді таңдауға мүмкіндік береді. Тексерілген және үздік генетика бүкіл ел бойынша қол жетімді болып табылады.

Жануарларды қолдан ұрықтандырумен алғашқы сәтті эксперимент 1780 жылы жануарлардың көбеюін зерттей отырып, иттерді қолдан ұрықтандыру әдістемесін әзірлеген итальяндық физиолог Лаззаро Спалланцани жүргізді. Бұл тәсіл 1930-шы жылдары Ресейде жетілдірілді және спер-

маны криоконсервациялау (мұздату жолымен консервациялау) әдістерінің кейінгі дамуы жануарларда қолдан ұрықтандыруды кеңінен қолдануға әкелді.

Мақсаты: салдарын анықтау жасанды ұрықтандыру катетерінің түрі, төсеніш өлшемі және тіреуіш жылдамдығы, сондай-ақ айырмашылықтар негізінде екі катетер репродуктивті қызметте байқалады.

Материалдар мен әдістер:

Үш жүз сексен тоғыз шошқаны алып, екі бөлікке бөледі, дененің жағдайын бағалау және ата-ана тұқымның әсері бойынша эксперименттік топтар жасау. Бір рет қолданылатын пенопласт ұштығы бар жатыршылық катетер (ME, N = 193) немесе мойын катетері (IC, N = 196).

Нәтижелер: тірек көрсеткіштері 67,8% және 66,3%, ал туғандардың жалпы саны (\pm SE орташа мәні) $9,39 \pm 0,55$ және $9,74 \pm 0,53$ VN және СК топтары. Тірі туған торайлар саны IU және IC топтары үшін белгіге $8,97 \pm 0,54$ және $9,29 \pm 0,52$ құрады. Салдары: өнімділікке ешқандай айырмашылық жоқ ұрықтандырылған топтар арасында байқалады.

IU немесе IC әдістерін пайдалана отырып. Катетерлер IU қымбат болғандықтан, IC әдісі жасанды ұрықтандыру экономикалық әсерге ие болады.

Қолдан ұрықтандырудың басты артықшылығы - бұқа немесе басқа еркек жынысты жануардың қажетті сипаттамалары, егер бұл жануар аналықтармен табиғи түрде жұптасқан болса, тез және көп ұрпақ санына берілуі мүмкін. Жыл сайын қолдан ұрықтандыру арқылы бір бұқадан он мың және одан да көп бұзау алынады. Іс жүзінде қолданылатын емшараларда, жануардың ұрығынан алынған шәуеттерді араластырылады, содан кейін мұздатылады, содан кейін оны өзінің фертильдігін жоғалтпай ұзақ уақыт бойы сақтауға болады. Ұрықты қолдану үшін ұрықты ерітеді және содан кейін аналықтың жыныс жолына енгізеді.

Қолдан ұрықтандыру репродуктивті табысқа және құрып кету қаупі төнген жануарларды сақтауға жәрдемдесу үшін де пайдаланылады. Жасанды ұрықтандыру арқылы табысты ұрықтандырылған жабайы жануарлардың мысалдары ірі мысықтар (мысалы, жолбарыс, Пума, гепард және бұлтты леопард), ақ мүйізтұмсық (*Ceratotherium simum*) және онагра (*Equus onager*) жатқызылады.

Әдебиеттер:

1. М. Аятханұлы Жануарлардың өсіп- өну биологиясы мен биотехнологиясы Павлодар: «Brand Print», 2010.
2. М. И. Жоланов, Ұ. Ұ. Қойбааров Мал көбею биотехнологиясы Алматы 2009.
3. М. Н. Жоланов, Б. Д. Жукин Ветеринариялық акушерлік гинекология және көбею биотехникасы Алматы 2011.

«Мәңгілік ел» ұлттық идеясы негізінде оқушыларда азаматтық — патриоттық тәрбиені қалыптастыру

Сансызбаева Карлыгаш Зарлыковна, аға оқытушысы;
Айпеисова Айсауле Куанышевна, аға оқытушысы

«Өрлеу» Біліктілікті Арттыру Ұлттық Орталығы» Акционерлік қоғамының филиалы Ақтөбе облысы бойынша педагогикалық қызметкерлердің біліктілігін арттыру институты

Формирование гражданско-патриотического воспитания учащихся на основе национальной идеи «Мәңгілік ел»

Сансызбаева Карлыгаш Зарлыковна, кандидат психологических наук, старший преподаватель;
Айпеисова Айсауле Куанышевна, старший преподаватель

Филиал АО «Национальный центр повышения квалификации «Орлеу» Институт повышения квалификации педагогических работников по Актыбинской области (г. Актобе, Казахстан)

Статья посвящена формированию и развитию гражданско-патриотического воспитания на основе национальной идеи «Мәңгілік ел». В статье подчеркивается, что идея «Мәңгілік ел» должна способствовать развитию патриотических ценностей личности и формированию Казахстанского патриотизма.

Ключевые слова: патриотизм, гражданско-патриотическое воспитание, национальная идея, Казахстан.

«Мәңгілік ел» ұлттық идеясы — елімізді өз мақсатына талай дәуір сынынан сүріндірмей жеткізіп, дамыған 30 елдің қатарына кіруімізге жаңа серпін беретін тұғырлы идея. «Мәңгілік ел» — жалпықазақстандық ортақ шаңырағымыздың ұлттық идеясы. Бабалары-

Палланцани иттегі эксперимент алғаш рет эмбрионды дамыту үшін аналық жасушалар мен сперматозоидтың арасындағы физикалық байланыс қажет екенін дәлелдеді. Осы жаңа біліммен бақа, балық және басқа да жануарларда эксперимент жасады.

Ұрықтандыру кезіндегі жиі жіберілетін қателіктер:

1. Катетерді жатырға жоғарыға немесе төмен енгізгенде катетер соқыр ішекке кіріп кетуі ықтимал.

2. Буаз жануарды қайта ұрықтандыру. Егер жануарлардың буаздығын анықтау барысында зерттеу дұрыс жүргізілмесе, буаз жануарды қайта ұрықтандырып қояды, мұндай жғдайда жануар түсік тастауы мүмкін.

3. Қынапқа катетерді төмен қарай кіргізсе, онда қуыққа саңылуына кіріп кетуі мүмкін.

4. Жатыр мойынын қынап жағынан қатты алыс ұстаған жерде, жатыр мойынына катетер енгізу мүмкіндік туа бермейді.

мыздың арманы», — дейді Елбасы. Мұндағы «ұлттық» ұғым түсінігі барша Қазақстан халқын қамтыған мағына білдірсе, «Мәңгілік ел» идеясы мемлекет құраушы халықтың сан ғасырлық құндылығын ұлықтауын, көпұлтты, межесі мен мәресін айқындайтын іргетасқа төл тарихымыз-

дың қойнауында қалыптасып, ұрпақтан ұрпаққа аманатталған, бәсеке мен сынақтардан шыңдалумен бүгінге жеткен бабалар арманы қаланды. Қазақстанда елдікті нығайтып, тәуелсіздікті баянды ету үшін Елбасы «Ұлт жоспары. 100 нақты қадам» бағдарламасының 85-қадамы «Мәңгілік ел» идеясына арналды. Қазіргі кезде республикамыздың егемендігі мен бейбітшілігін сақтауда «Мәңгілік ел» ұлттық идеясы негізінде тұлғаның патриоттық құндылықтарын дамыту арқылы Қазақстандық патриотизмді қалыптастыруға үлкен мән беріліп отырғандығы Қазақстан Республикасында, Қазақстан Республикасы «Білім туралы» Заңында, Қазақстан Республикасы Мемлекеттік «Білім» бағдарламасында, Қазақстан Республикасы Президентінің жолдауларында, Қазақстан Республикасы тарихи сананы қалыптастыру, Қазақстан Республикасы мәдени-этникалық білім беру тұжырымдамаларында, «Адам құқықтарының жалпыға бірдей декларациясында», «Бала құқығы туралы декларацияда» және үкімет құжаттарында, ғылыми-зерттеу жұмыстары мен басылым беттерінде айқын аңғарылады. Қазақстан Республикасы Мемлекеттік «Білім» бағдарламасында тәрбие жүйесін жетілдіруге байланысты «қазақстандық патриотизм, азаматтық, ізгілік және жалпыадамзаттық құндылықтар идеяларының негізінде тәрбиеленушінің жеке тұлға ретіндегі сапалық қасиетін қалыптастыру болып табылады. XXI жаһандану ғасырында ұлттық мәдениет пен өркениетті өзара кіріктіре отырып, жеке тұлға қалыптастыру көзделіп отыр. Қазіргі қоғамдық-әлеуметтік жағдайда жеке тұлғаның бойындағы Қазақстандық патриотизмді қалыптастыру басты міндет болып саналады. Ел егемендігінің тарихына үңілсек, мемлекетіміздің алуан бағыттағы тыныс-тіршілігінің дамуына бірден-бір ықпал еткен фактор — бұл Елбасы Н. Ә. Назарбаевтың халыққа арнаған Жолдауы.

Қазақстан Республикасы тәуелсіздік алғаннан бері балалардың, жасөспірімдердің оқу-тәрбие ісіне ұдайы көңіл бөлініп келеді. Оқу-тәрбие ісінде назар аударып отырған тәрбие салаларының бірі- патриоттық тәрбие. Қазақстан Республикасы көп ұлтты іргелі ел. Патриоттыққа тәрбиелеу — күрделі педагогикалық үрдіс. Жас жеткіншектерді Отанын сүйуге тәрбиелеу бір кезеңдік іс емес. Патриоттық тәрбиені қалыптастыру процесінің өз идиологиясы және айқын жүйесі бар. Мектептерде жас жеткіншектерді Отанын сүйуге тәрбиелеу қазақ халқының батырларының өмірі мен ерліктерін олардың туған жерін жауларынан қаймықпай қорғағандықтарын баяндау арқылы жүзеге асырылады. Қазақстан батырлары мен танымал тұлғалары көп ел екені даусыз. Ал оларды тәрбие беру құралына айналдыру елтану бағытында жасалған онды шара. Мысалы, Қобыланды батыр, Алпамыс батыр, Ер Тарғын, Ер Көкше, Баян батыр, Қабанбай, Бөгенбай, Райымбек батырлар. Әлемдік озық мәдениеттің шок жұлдыздары: Ш. Уалиханов, Ы. Алтынсарин, А. Құнанбаев еңбектерінің ұрпақ тәрбиесіне қосар үлесі мол. Тәлімдік ой пікірмен барша қазақ даласын дүр сілкіндірген Ш. Құдайбердиев, А. Байтұрсынов, Ж. Аймауытов, М. Дулатов, М. Жұмабаевтардың педагогикалық тұжырымдары өміршеңдігімен құнды.

Патриотизм, ұлттық патриотизм, қазақстандық патриотизм, елжандылық проблемаларына көптеген тарихшылар мен философтар (М. Қозыбаев, Ә. Нысанбаев, А. Қалмырзаев, А. Ахметова, К. Меңлібаев және т. б.) филолог жазушылар (М. Әуезов, Б. Момышұлы, М. Ғабдуллин, Ә. Нұршайықов және т. б.) аса назар аударған. Педагогика ғылымында патриоттық тәрбиенің бірқатар салалары, атап айтсақ, оқушылардың саяси мәдениетін қалыптастыру (К. К. Жампенсова, Ю. Г. Наумова, Е. З. Батталханов), жас жеткіншектерді революциялық ерлік және еңбек дәстүрі рухында тәрбиелеу (К. Құнантаева, Ә. Жұмақанов, Ш. Әміралиев, С. Ешімханов, Д. Құсайынова және т. б.), оқушылардың адамгершілік-құқықтық (А. А. Калужный, В. В. Трифонов, Л. К. Керімов және т. б.) азаматтық (С. Б. Омарова, Ж. Мақатова) тәрбиесін жүзеге асыру болашақ мамандардың патриотизмін қалыптастыру (А. Қ. Қалимолдаева) сияқты салалары зерттелген. Қазақ халық педагогикасын патриоттық тәрбие беру мақсатында пайдалануға байланысты орындалған жұмыстардан С. Иманбаеваның (ұлттық жауынгерлік дәстүрлер арқылы оқушыларды ерлікке тәрбиелеу), Л. Бейсембаеваның (қазақ ерлік эпосы арқылы жоғары сынып оқушыларын патриоттыққа тәрбиелеу) зерттеулерін, К. Б. Жарықбаевтың (Қазан төңкерісіне дейінгі Қазақстанда педагогикалық ойлардың дамуы), С. Қалиевтың (Қазақ халық педагогикасында тәрбие мен білім берудің ғылыми-педагогикалық негіздері), С. Ұзақбаеваның, Р. Төлеубекованың, К. Қожахметованың, Р. Дүйсембінованың патриоттық тәрбиені ішінара қарастыратын зерттеулерін, Ә. Табылди-евтің (қазақ ерлік эпосын оқыту әдістемесі) атты зерттеуін атауға болады [1;45].

Жас ұрпақты ұлттық бірлікке, Отанын, елін, жерін сүйуге, ұлттық тәуелсіз мемлекетті нығайтуға өз үлесін қосуға тәрбиелеуде көркем шығарманың маңызы зор. Көркем шығармаларда патриоттық сезімді ардақтап, батырлық, ерлікке мадақталу, парасаттылық, достық тәрізді адамгершілік игі қасиеттер дәріптелген. Бұл тақырыпта әңгіме, ертегі, өлең, жырлар туғанын, оларда халықтық батырлық, ерлік істерді және оны жасаушыларды ардақтағанын білуге болады. Егер, бала жас кезінен ұлттық жырларымыздың сұлулығын сезініп, мазмұнындағы адами құндылықтарды бағалай білсе, оның өз Отанына, халқына, төл өнеріне сүйіспеншілігі артатыны сөзсіз. Ауыз әдебиетінің ертеден келе жатқан көлемді саласының бірі — ертегілер. Қазақ халқы, оның ішінен шыққан дана адамдар өз заманының адамдарына да, кейінгі ұрпақтарына да жақсы тәрбие беруді көздеген. Философиялық сөздікте «патриотизм (грекше *patris* — отан) — адамгершілік және саяси принцип, әлеуметтік сезім, оның мазмұны — Отанға сүйіспеншілік, оған адалдық, оның өткені мен қазіргісіне деген мақтаныш, Отан мүддесін қорғауға құлшыныс. Патриотизм — адамның мыңдаған жылдар бойы бекіген ең терең сезімдерінің бірі. Туған жерге, тілге, салт дәстүрлерге адал болып, олардан кол үзбеу түрінде патриотизмнің тарихи элементтері көне заманда-ақ қалыптаса бастаған» —

деп тұжырымдайды [2;80]. Патриотизм — жеке тұлғаның «табиғат-адам-қоғам» жүйесінде әлеуметтену үрдісін қамтамасыз ететін тұлғаның құнды сапалық қасиеті. Патриотизм- отанға деген сүйіспеншілік, бойындағы күш-қуатын, білімін Отан игілігі мен мүддесіне жұмсау, туған жерін, ана тілін, елдің әдет-ғұрпы мен дәстүрін құрмет тұту. Патриотизм грекше patriotes- отандас, patris-отан, туған жер деген ұғымды білдіреді. Б. Момышұлы: «Патриотизм — Отанға (мемлекетке) деген сүйіспеншілік, жеке адамның амансаулығының қоғамдық- мемлекеттік қауіпсіздікке тікелей байланыстылығын сезіну, ал мемлекетті нығайту дегеніміз жеке адамды күшейту екенін мойындау, қысқасын айтқанда, патриотизм мемлекет деген ұғымды, жеке адаммен, яғни оның өткенімен, бүгінгі күнімен және болашағымен қарым- қатынасты білдіреді» — деп патриотизм ұғымына анықтама берген болатын [3; 95]. Патриоттық сезім жалпы адам баласына тән адами түйсік- қасиет, оның еліне, туған жеріне, өз тілі мен мәдениетіне, қамқорлықтарына жеке қатынасын, өзіндік бағасын, түйсінуін, қуаттап-қолдауын пайымдайтын көрсеткіші болып табылады. Қазақ совет энциклопедиясында «Патриотизм дегеніміз (грек patriotes-отандас, patris-отан туған жер) отанға деген сүйіспеншілік, бойындағы күш пен қуаты білімін Отан игілігі мен мүддесіне жұмсау, туған жерін, ана тілін, елдің әдет- ғұрпы мен дәстүрін құрмет тұту сияқты патриотизм элементтері ерте заманнан қалыптаса бастады» — деп атап көрсетеді. Ал, қазақ ұлттық энциклопедиясында: «Патриотизм — Отаншылдық, отансүйгіштік, адамның Отанына, туған еліне, оның тіліне, салт-дәстүріне, мәдениетіне деген сүйіспеншілік сезімі», — деп анықтама берілген [4; 95]. Патриоттық тәрбие — жастармен жүріп жатқан қазіргі жұмыстардың басым бағыттарының бірі. Қазақстан қоғамында патриоттық тәрбие деген ұғым — Отанға деген, өзінің халқына деген махаббат, адалдық, азаматтық және қоғам игілігі үшін қызмет ету деген сияқты түсініктер ретінде қалыптасқан. Патриотизм — азаматтардың ұлттық санасының жалпы және ажырамас бөлігі ретінде қоғамның рухани-адамгершілік тұрғыдан жаңғыртуы. Сонымен, патриотизм — кешенді рухани және әлеуметтік феномен, оған өз еліне деген сүйіспеншілік, оның тарихы мен мәдениетіне деген зор құрмет, өзінің күші мен

қоғамның күштеріне деген сенім кіреді. Патриотизм сезімі туа біткен сезім болып табылмайды, оны адам бойына дарыта білу керек. Бұл — күрделі, көп жоспарлы процесс. Оған тарихи сананы, яғни елдің батырлық және қайғылы оқиғаларын сараптап, елдің тарихына, мемлекеттік рәміздеріне, заңдарына, әдет-ғұрыптары мен салт-дәстүрлеріне құрметпен қарау кіреді. Бұл процесс отбасы тәрбиесіне, күнделікті қолданылып жүрген дәстүрлерге, еліміздегі өмірдің деңгейі мен сапасына, әлеуметтік бағдарламалармен қанағаттандырылғандыққа, яғни адамның өз елін мақтан тұтуына мүмкіндік беретін барлық факторларға едәуір дәрежеде байланысты болады. XXI ғасыр жаһандану үрдісі бүкіл әлем халықтарын біріктіру арқылы өркениеттілікті сақтап қалу барысында бар күш-жігерін жұмсап отырған тұста патриотизм ұғымы кең тұрғыда тек Отан емес, әлемдік тұрғыда қарастырылуды қазіргі қоғамдағы және әлемдегі даму үрдісі талап етеді. Бүгінгі жаһандану үрдісінде, патриотизм ұғымы халықтар мен ұлттардың өз Отанына, мемлекетіне деген сүйіспеншілігімен қатар, әлемдік дамудың тыныштығы мен бейбітшілігін сақтау үшін барлық күш жігерін жұмсау, яғни жалпыадамзаттық патриотизм тұрғысынан қарастырылады. Сондай-ақ, патриотизм ұғымын жан-жақты талдау «елжандылық» ұғымын анықтау оны «ұлтжандылық» ұғымымен салыстыра қарастыруды қажет етеді.

Оқушылардың бойында азаматтық — патриоттық сана — сезім, іс -әрекет адам бойына өздігінен қалыптасатын қасиет емес екендігін, оның өзі білім мен тәрбие барысында Отанды ұлағаттау, халықтың төлтума мәдени — рухани әлеміне терең бойлау арқылы қалыптасатынын теория мен тәжірибе дәлелдеп келеді.

«Мәңгілік ел» ұлттық идеясы аясында патриоттық тәрбие берудегі жауапкершілікті неғұрлым терең сезініп, бар мүмкіндікті пайдаланып, шыныққан да шымыр отансүйгіш азаматтар даярлау ісінде тәрбие маңызы ерекше. Тәрбие бағыттылығының дербес идеясы мұғалімнің балаға ерекше көңіл аударуын қажет етеді. Ол педагогикалық жұмыстың ең жоғары мақсаты. Сондықтан баланы зор ұқыптылықпен зерттеген жөн. Барлық тәрбие жұмысының барысында еске алатын басты тұлға — бала екендігін ұмытпауымыз қажет.

Әдебиеттер:

1. Қалыбекова Г. Жастарды елжандылыққа тәрбиелеу мәселесі. Ұлт тағылымы, № 4, 2010, 76—78б.
2. Философиялық сөздік. Ред. кол: Р.Н. Нұрғалиев, Ғ.Ғ. Ақмамбетов және т. б. — Алматы: Қазақ энциклопедиясы 1996, 80 б.
3. Момышұлы Б. Совет бабаларын патриотизмге тәрбиелеу. — Алматы 1989, 95 б.
4. Қазақ ұлттық энциклопедиясы. Алматы. Қазақ Ұлттық Энциклопедиясы, 2001, 95 б.

Қазіргі отбасы тәрбиесінде ұлттық құндылықтарды пайдалану мүмкіндіктері

Уразова Замира Зарапшановна, магистр;
Абсейтова Айгуль Копболовна, педагог-психолог
Кызылординский медицинский высший колледж (Казахстан)

Возможности использования национальных ценностей в воспитании детей в современных семьях

В статье рассматривается роль семьи в формировании личности ребенка, особенности воспитания в казахской семье и возможности использования национальных ценностей и многовекового опыта казахского народа в воспитании детей.

Ключевые слова: воспитание, семья, народная педагогика, формирование личности ребенка, этнопедагогика.

Тұңғыш Президентіміз Н. Ә. Назарбаевтың «Қазақстан — 2050» Қазақстан халқына арналған Стратегиясында «Бізге жергілікті деңгейде отбасын, әйелдің жүкті кезін және балаларды тәрбиелеуді қолдаудың жаңа жолдарын табу керек. Неке мен отбасы институтын нығайтудың жолдарын мұқият талдау, жалғыз басты аналар проблема-сын шешу керек. Егер біз адамгершілігі жоғары қоғам болғымыз келсе, жұбайлардың бір-бірінің алдындағы, ал ең бастысы балаларының алдындағы жауапкершілігін күшейтуге тиіспіз.

Бала тәрбиесінің негізі — бұл оның отбасы. Осы шағын әлеуметтік топ — бала үшін өмір мектебі. Отбасындағы ата-ана баланың өмірлік ұстазы және тәрбиешісі. Баланың болашағы, білімі, мәдениеті отбасындағы ата-ананың сіңірген еңбегіне, тәлім-тәрбиесіне байланысты [1]. Ұлттық тәрбие — жалпы адамзаттықты ұлттық пен бірлікте ұштастыратын азаматтарды, ұлт мүшелерін қалыптастыру; мәдениет, тілді білуімен қатар ол қазіргі білімді де меңгеруі тиіс.

Үлгі-өнеге — жеке адамның басқаға үлгі көрсетіп, өнегесін үйретуі. Жеке тұлғаның білімділігі, еңбекқорлығы, имандылығы, үлгілі мінезқұлқы жастарға үлгі-өнеге болады [2]. Сондықтан, әрбір ата-ана өзінің баласын білімді, мәдениетті, жан-жақты етіп тәрбиелеуге міндетті.

Отбасындағы адамгершілік, өзара түсіністік пен сүйіспеншілік Шығыстың ұлы ғұламалары Әл — Фараби, Қ. А. Ясауи, М. Қашқари, Ж. Баласағұни еңбектерінен кең көрініс тапқан. Ол идеялар гуманист педагогтар мен ағартушылар тарапынан бүгінге дейін жалғасын тауып келеді. Әл — Фараби, Ж. Баласағұн және т. б. ұсынған отбасы тәрбиесі идеяларын ғылымға алып келіп ұштастырған чехтың ұлы педагогы Я. А. Коменский болды. Отбасы тәрбиесінің мәселелері кеңес педагогтары А. С. Макаренко, А. В. Сухомлинский, Н. К. Крупская және т. б. педагогтар еңбектерінен кеңінен орын алған.

Қазақ отбасылық тәрбиесінің теориялық, педагогикалық және психологиялық негіздерін жасауға Ш. Уәлиханов, Ы. Алтынсарин, А. Құнанбаев, А. Байтұрсынов, М. Дулатов, М. Жұмабаев, Ж. Аймауытов т. б. үлкен үлес

қосты. Қазақ қауымы, ондағы отбасының тарихы, оның ерекшеліктері, ондағы бала тәрбиесі туралы Х. Арғынбаевтың, С. Мұқановтың, Д. Кішібековтың, С. Кенжеахметұлының, А. Жүнісовтың, К. Толыбаевтың, С. Қалиевтың, М. Оразаевтың, М. Смайлованың т. б. еңбектерінде қарастырылған.

Қазіргі қазақ қоғамында отбасы тәрбиесі мәселесі кеңінен орын алып отыр. Мәселен, ана тілін, ата тарихын, мәдениетін, ұлттық салт-дәстүрлерін білмейтін жастар; тастанды жетім балалар мен «қиын» балалар; отбасын құрмаған немесе ажырасқан жастар; ата-аналардың бала тәрбиесімен айналысуға жағдайы мен уақытының жетіспеуі т.б [3].

Жоғарыда аталған жағымсыз құбылыстардан алдын-алу күрделі процесс. Аталған проблеманы шешудің ең тиімді жолы — қазақ халқының отбасындағы бала тәрбиесіндегі ұлттық ерекшеліктерін ескере отырып тәрбие беру.

Әлеуметтік институт ретіндегі отбасы қызметтерін анықтау көптеген өзгерістерге ұшырады. Қазіргі таңда отбасы — бұл шағын әлеуметтік топ, ерлі-зайыптылық одаққа және туыстық байланыстарға, яғни бірге тұрып, ортақ шаруашылықты жүргізіп жатқан ер мен әйелге, ата-ана мен балаларға негізделген жеке тұрмыс құрудың маңызды формасы.

Психологиялық-педагогикалық тұрғыда отбасы — бұл ата-ана мен балалар арасындағы, ерлі-зайыптылардың және басқа да отбасы мүшелерінің қарым-қатынасының тарихи жүйесі болып табылады. Қазақ тілі түсіндірмелерінде «Отбасы — өзіне, неке мен қандас туысқа негізделген шағын топ», — деген анықтама берілген.

Отбасы, біріншіден, шағын әлеуметтік топ ретінде қарастырылады және оның қызметі тиімділігі топ ішіндегі коммуникация, яғни отбасы мүшелері арасындағы қарым-қатынас, билік және көшбасшылық мәселелеріне, жанжалдарды шешуге, әлеуметтік орталармен топаралық өзара әрекеттесулерге байланысты.

Екіншіден, шағын әлеуметтік топ ретіндегі отбасының ерекше сипаты — жоғары аффективті қарқындылықпен және отбасы мүшелері арасындағы қатынастардың

эмоциялық «қанықтылығымен», бір жағынан — махаббатпен, сүйіспеншілікпен, басқа жағынан алғанда — өшпенділікпен, жек көрушілікпен, шеттетілумен байланысты [4].

Отбасында ата-ана арқылы берілетін тәрбиенің басты мақсаты — баланың жасын, жеке ерекшелігін, психикалық процестерін ескере отырып, өз тегін жалғастыратын лайықты ұрпақ тәрбиелеу. Қазақ отбасындағы тәрбиенің міндеті — балалардың жеке даралық қасиеттерін қалыптастыруға бағытталған, саналы да парасатты істерге негізделген үздіксіз тәрбиелеу процесі.

Мақсатқа жету үшін мынадай міндеттер шешілуі тиіс:

- баланың тағдырына, физиологиялық өсіп-жетілуіне, денсаулығына жағдай және қамқорлық жасау;
- бала тәрбиесіндегі барлық ұстанымдар мен тәрбие әдістерін реттеу;
- баланың өзіндік бағалауымен санаса отырып, қоғамның толыққанды мүшесі болуға даярлау;
- еңбексүйгіштікке тәрбиелеу, баланы күнделікті үй шаруашылығындағы еңбекке дағдыландыру;
- отбасы мүшелерінің өзара дұрыс қарым-қатынасын үлгі етіп көрсетіп, ата-ананы, жасы үлкендерді сыйлап, құрмет тұтуға үйрету;
- білім алудың, мәдени мінез-құлықтың әдет-дағдыларын қалыптастыру;
- баланың икемділігін, қабілетін байқап, мамандық таңдауға бағыт беру, бағдарлау;
- әдебиетке, өнерге, мәдениетке, ғылымға құштарлығын тәрбиелеу;

Әдебиет:

1. Арғынбаев Х. А. Қазақ отбасы. — Алматы: Қайнар, 1996. — 288 б.
2. Курагина, Г. С. Социально-педагогическое сопровождение подростка из многодетной семьи: автореф. дис... на соиск. уч. степ. канд. пед. наук: — СПб, 2009. — 198 с.
3. Бөлеев Қ. Болашақ мұғалімдерді оқушыларға ұлттық тәрбие беруге кәсіби дайындау. — Алматы: Нұрлы Әлем, 2004. — 304 б.
4. Ғаббасов С. Халық педагогикасы негіздері. — Алматы: Ғылым, 1995. — 464б.
5. Жданова, С. Ю. Особенности представлений матери об индивидуальности ребенка в связи с количеством детей в семье / С. Ю. Жданова, Е. Л. Аликина // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. — 2010. — Том 16. — С.140–143

- баланың ақылына, күшіне, біліміне сай берілген тапсырманы, талапты орындауын қадағалау, бақылау, тексеру, бағалау;
 - тәртіпке, ұқыптылыққа, жауапкершілікке баулу [5].
- Сонымен қатар қазақ отбасында тәрбие мына бағыттарды Ш. Ахметов төмендегідей көрсетті:
- тәрбие басы — әдептілікке үйрету;
 - мейірімді бала тәрбиелеу, тіл алғыш, елгезек бала тәрбиелеу;
 - адалдық пен шыншылдыққа тәрбиелеу;
 - білгір болу, ұстаз бен ғалымның, көпті көрген данышпан қарияның сөзін тыңдату;
 - үлкенді, ата-ананы сыйлауға үйрету-басты міндет.

Бұл кемшілікті айтпа деген сөз емес, ғаріп кісілердің табиғи кемдігін көрсетпе деген сөз; Ел қорғаны батыр болу, халық алдында қызмет ету, өнерінді соған жұмса дегенді үйретеді.

Қазақ отбасында ғасырлар бойы қалыптасқан, ұрпақтан-ұрпаққа жалғасып келе жатқан отбасы мүшелерінің қатынасының маңызы зор. Қазақ халқының отбасына тән жарасымдылық олардың жасы кішісінің үлкеніне «сен» деп сөйлемей, алдын кесіп өтпей, үлкен тұрып кішінің, әке тұрып ұлдың, шеше тұрып қыздың орынсыз сөйлемейінде деп есептейміз.

Үлкенді құрметтеу отбасы мүшелерінің бір-бірінің тәрбиесіне жауапкершілік, борыштылық, адамгершілік сезімдерін туғызған. Отбасы тәрбиесінің артықшылығы да осы қатынастарда, оны тәрбиенің ешқандай да түрі алмастыра алмайды.

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ O'ZBEKISTON

Ривожланаётган бозор муносабатлари шароитида ташқи иқтисодий фаолиятга оид шартномаларни фуқаролик-ҳуқуқий тартибга солинишининг умумий тавсифи

Норкулов Акбар Уроқович, бўлим бошлиғи
Тошкент давлат юридик университети

Общая характеристика гражданско-правового регулирования договоров о внешнеэкономической деятельности в условиях развития рыночных отношений

Норкулов Акбар Урокович, начальник отдела
Ташкентский государственный юридический университет (Узбекистан)

В статье рассматривается актуальная проблема регулирования договоров о внешнеэкономической деятельности в рамках гражданского права Республики Узбекистан. Проанализированы различные виды договорных обязательств.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, внешнеэкономическая сделка, юридическое лицо, внешнеторговое соглашение, Узбекистан

Бугунги ривожланиб бораётган иқтисодий ҳаётда иқтисодиётнинг бир хилда бир хилда мўтадил кетиши учун ташқи иқтисодий фаолиятнинг аҳамияти катта ҳисобланади, шунингдек ривожланиб бораётган бозор муносабатларида турли давлатлар билан сиёсий алоқалар сингари иқтисодий алоқалар ҳам ривожланиб боради. Бу эса иқтисодий ҳаётда бизнеснинг роли нақадар юқори рол ўйнашини билдиради.

Шу билан бир қаторда, 2018 йил 28 декабрдаги Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш. Мирзиёевнинг Олий Мажлисга қилган Мурожаатномасида ҳам экспорт билан боғлиқ ҳолатларга алоҳида тўхталиб ўтилди. Унга асосан 2019-йилда Ўзбекистон Республикасининг экспорт ҳажми 18 миллиард долларга чиқиши кераклиги таъкидлаб ўтилди [1]. Бундан ташқари давлат раҳбари томонидан эълон қилинган янги 2019-йилга берилган «Фаол инвестициялар ва ижтимоий ривожланиш йили» ҳам бевосита ташқи иқтисодий фаолият, ташқи савдо ҳамда ташқи иқтисодий битим билан бевосита боғлиқ ҳисобланади. Чунки мазкур давлат дастури асосида мамлакатимизга четдан инвестициялар келиши билан бир қаторда маҳсулотларимизни чет эл бозорига чиқариш ҳам сезиларли даражада кенгайтирилиб борилади. Тадбиркорлик субъектлари фаолияти иқтисодий юксалишнинг муҳим омилларидан бирига айланди, десак асло муболаға бўлмайди. Бу эса ўз навбатида ташқи иқтисодий битим ҳамда битим тушнчаларини очиб берилиш кераклигини англатади.

Амалдаги Фуқаролик кодекси 101-моддасига асосан битим-фуқаролар ва юридик шахсларларнинг фуқаролик ҳуқуқ ва бурчларини белгилаш, ўзгартириш ва бекор қилишга қаратилган ҳаракатларга айтилади [2]. Битим-юридик шахс ва фуқароларнинг ўрнатилган ҳуқуқ ва бурчларини белгилашга, юзага келтиришга ва уни бекор қилишга қаратилган келишувдир [3]. Бунда ҳар қандай битим шахсларнинг эрк-иродаси билан боғлиқ бўлиб, муайян ҳуқуқий оқибат тўғдиришга қаратилади. Битимда фуқаро ва ташкилотларнинг маълум моддий ҳамда маданий эҳтиёжларини қондиришга қаратилган эрклири ифодаланилади.

Ташқи иқтисодий фаолиятга оид битимлар чет давлатлардаги юридик ва жисмоний шахсларнинг ўзаро ишлар, товарлар ва хизматларни бажариш билан боғлиқ муносабатларни тартибга солишга қаратилган ўзаро келишувдир [4]. Мазкур келтириб ўтилган ҳолатни қуйидагича таҳлил қилишимиз мумкин, яъни ҳар қандай чет эл элементи билан мураккаблашган шартномаларни (бир томонда чет эл жисмоний ёки юридик шахси иштирок этиши шарт) ташқи иқтисодий фаолиятга оид битимлар деб тушуниш мумкин. Қуйидаги ҳолатда ташқи иқтисодий фаолиятда ташқи иқтисодий битим деб эътироф этилиши учун асос бўлади.

— Томонлардан бири хорижий ҳуқуқ субъекти (жисмоний ёки юридик шахс, давлат);

— Томонлардан бири жойлашган манзили хорижда жойлашган бўлиши керак;

— Ташқи иқтисодий битим қаратилган мол-мулк хорижда жойлашган бўлиши керак.

Ташқи иқтисодий фаолиятда ташқи иқтисодий битим асосан шартномалар асосида расмийлаштирилиши боис ташқи савдо битими ва ташқи иқтисодий битим тушунчасида ўзаро фарқ пайдо бўлади [5]. Ушбу ҳолатдан билиб олишимиз мумкинки, ташқи иқтисодий битим ҳамда ташқи савдо битимини очиб бериш талаб этилади.

Ташқи савдо битими-тарафларнинг бири чет эл жисмоний ёки юридик шахс бўлса, предметини товарлар, ишлар, хизматлар, шунингдек интеллектуал фаолият натижалари ҳамда улардан фойдаланиш ҳуқуқини экспорт ёки импорт қилиш боғлиқ операциялар ташкил этади [6]. Ушбу ҳолатга қуйидагича изоҳ бериб ўтишимиз мумкин. Ташқи савдо операциялари аниқ, яъни савдо операциялари ишлар, хизматлар, ижодий фаолият натижалари ҳисобланади.

Ташқи иқтисодий битим бу — турли давлатларга мансуб шахслар томонидан ишлар, товарлар ва хизматларни амалга оширишга қаратилган манфаатли битим ҳисобланади. Бир сўз билан айтган ташқи савдо битими ташқи иқтисодий битимнинг таркибий қисми ҳисобланади. Ташқи иқтисодий фаолият ҳамда ташқи иқтисодий фаолиятга оид битимларни назарий жиҳатдан ёритиб бериш мақсадида бир қатор олимларнинг фикрларини келтириб ўтсак мақсадга мувофиқдир.

Е. А. Карагулянинг фикрича **ташқи иқтисодий фаолият** — турли халқаро субъектлар билан иқтисодий, хўжалик, молиявий ишлар бўйича ўзаро ҳамкорлик ҳисобланади [7]. О. Н. Толочканинг фикрича **ташқи иқтисодий фаолият** — ташқи савдо, инвестициялар, қурилиш ва бошқа фаолиятлар, шу жумладан ишлаб чиқариш соҳасидаги ҳамкорлик, халқаро товарлар алманишуви, иш, хизмат, интеллектуал салоҳият ва бошқа тадбирларни амалга оширишга қаратилган шартномавий келишувдир [8].

Юқоридаги фикрларни инобатга инобатга олиб шуни қўшимча қилиш мумкинки ташқи иқтисодий битим бу — турли давлатларга мансуб шахслар томонидан ишлар, товарлар ва хизматларни амалга оширишга қаратилган манфаатли битим ҳисобланади.

Шунингдек, ташқи иқтисодий фаолиятга оид мажбуриятларни бажармаганлик учун жавобгарлик масаласида ҳам фикр билдириб ўтиш мақсадга мувофиқди.

Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексининг VI бўлими бевосита халқаро хусусий ҳуқуқ нормаларини фуқаролик-ҳуқуқий муносабатларига нисбатан татбиқ қилиш масалаларига бағишланган (ФКнинг 1158—1199-моддалари). Шартномадан ташқари мажбуриятлар билан боғлиқ муносабатлар Фуқаролик кодексининг 1193—1196-моддаларида белгиланган тартибда бир тарафлама ҳаракатлардан иборат мажбуриятлардир. Бунда зарар етказилганлиги оқибатида келиб чиқадиган мажбуриятлар, истъомолчига етказилган зарар учун жавобгарлик, бўйича муносабатларни тартибга солиш коидалари белгиланган бўлиб, улар моҳиятига кўра ҳозирги замон халқаро хусусий ҳуқуқининг тамойилларини ўзида мужассамлаштиради [9].

Халқаро хусусий ҳуқуқ бўйича шартномадан ташқари мажбуриятлар асосан халқаро ҳуқуқий характердаги фуқаролик муносабатларидан иборат бўлади. Зарар етказиш оқибатида келиб чиқадиган мажбуриятлар ҳақида сўз юритилганда шуни таъкидлаш керакки, бундай ҳолларда асосий коллизия мезон бўлиб, унда зарар етказилган жой қонуни тамойили амал қилади. Масалан, Германия, Италия, Греция, Туркия, Япония ва бошқа бир қатор давлатларда ушбу тамойил амал қилади. Бироқ, турли мамлакатларда деликт (ҳуқуқбузарлик) содир этилган жой турлича тушунилади. Зарар ундирилишини талаб қилишга асос бўлиб ноқонуний ҳаракат ёки ҳаракатсизлик содир этилган жой ёки шу ҳаракат оқибати келиб чиққан жой ёки иккала ҳолатнинг бир-бири билан узвий боғлиқлиги бўлиши мумкин. Масалан, Швейцария давлатининг «Халқаро хусусий ҳуқуқ тўғрисида»ги Қонунида белгиланишича, агар зарар етказган шахс ва жабрланувчи бир давлатнинг фуқаролари бўлган тақдирда, яъни иккала томон ҳам бир давлатда истиқомат қилишса, зарарни ундириш бўйича келиб чиққан низо шу давлатнинг қонунчилигига асосан суд томонидан кўриб чиқилади [10]. Зарар етказиш оқибатида келиб чиқадиган мажбуриятлар ҳуқуқий табиатига кўра, қонда тартибда, асосан фуқаролик ҳуқуқининг, жумладан халқаро хусусий ҳуқуқнинг асосий институтларидан бири бўлиб ҳисобланади. Демак, бу турдаги мажбуриятлар фуқаролик-ҳуқуқий мажбурият сифатида тан олинади ва ўз навбатида, жабрланувчи ўзига етказилган зарар учун тегишли тартибда маълум шаклдаги мулк ёки бошқа бир ашёни, шунингдек зарар етказиш оқибатида келиб чиққан маънавий зарарни қоплашни айбдордан талаб қилиш ҳуқуқига эга бўлади. Бу ўринда шуни таъкидлаш керакки, маънавий зарар жабрланувчининг мулкига ёки соғлиғига етказилган зарар қоплашидан қатъий назар талаб қилиниши мумкин [11].

Зарар етказганлик учун жавобгарликка нисбатан зарар етказган шахснинг ҳаракати ёки ҳаракатсизлиги содир этилган жойда амал қилинадиган қонун қўлланилади, агар зарар кўрган шахс учун бу афзалроқ бўлса, зарар юзага келган ҳудуддаги мамлакатнинг қонунига амал қилиш керак, агар зарар етказган ва зарар кўрган шахслар битта давлатга мансуб бўлса, бу ҳолда ушбу давлатнинг қонуни қўлланилади, айбли ҳаракатга қодирлик зарар етказганнинг шахсий қонунига ёки деликт (ҳуқуқбузарлик) содир этилган жойнинг қонунига кўра белгиланиши мумкин. Масалан, Хитой Халқ Республикасида ноқонуний ҳаракат содир этиш жойининг қонуни амал қилади [12]. Шундай қилиб, коллизия масалани ҳал қилишда деликт мажбуриятларига нисбатан кўпинча зарар етказилган жойнинг қонуни қўлланилиб, шу билан бирга у, башарти зарар кўрган шахснинг мамлақати ҳуқуқи унга зарарни қоплашга доир яхшироқ имкониятлар тугдирса, тузатишлар билан қабул қилинади. Зарар етказувчи ҳаракат бир мамлакатда содир этилиб, натижаси эса бошқа мамлакатда юзага келса, бирмунча мураккаброқ вазият туғилади. Кўп томонли битимлар (1960 йилда қабул қилинган Атом энергетикаси соҳасида учинчи шахсларга нисбатан бўлган жавобгарлик тўғрисидаги Париж конвен-

цияси, 1926 йилда қабул қилинган Атом кемалари эгаларининг жавобгарлиги тўғрисидаги Брюссель битими ҳамда 1963 йилда қабул қилинган Ядровий зарар учун фуқаролик-ҳуқуқий жавобгарлик тўғрисидаги Вена битими) тегишли ҳаракат (оқибат) юз берган мамлакатларнинг судлари ваколатчилиги тамойилидан келиб чиқади [13]. Бунда суд ишини қўраётган жойлашган мамлакатнинг ҳуқуқи қўлланилиши лозим. Лекин, кўп мамлакатлар ушбу битимларга қўшилмагани сабабли, бу каби масалаларга доир алоҳида икки томонлама шартномалар амал қилади. 1929 йилда қабул қилинган Варшава конвенцияси ҳамда 1955 йилда қабул қилинган Гаага протоколига биноан ташувчининг йўловчига, юкига, қўлдаги юкига ҳамда бошқа юкка етказилган зарар учун жавобгарлиги миқдори алоҳида белгиланадиган сумма билан чекланади (масалан, йўловчига етказилган зарар учун 250 минг франк компенсация белгиланган). МДХ мамлакатлари битимида зарар етказиш оқибатида юзага келадиган мажбуриятлар бўйича томонларнинг ҳуқуқ ва вазифаларини белгилаш тартиби ҳақидаги коллизия нормалар мавжуд. Уларда зарарни қоплаш тўғрисидаги талабга асос бўлган ҳаракат (ҳаракатсизлик) содир этилган мамлакат қонун ҳужжатларида белгиланади. МДХ мамлакатларининг модел Фуқаролик кодекси белгилайдики, зарар етказилганда истеъмолчига нисбатан қуйидаги ҳуқуқлар қўлланилиши мумкин: истеъмолчи истиқомат қиладиган мамлакатнинг ҳуқуқи, ишлаб чиқарувчи ёки хизмат кўрсатган шахс яшайдиган мамлакатнинг ҳуқуқи, истеъмолчи товар сотиб олган ёки унга хизмат кўрсатилган мамлакатнинг ҳуқуқи тан олинади [14]. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодексининг 1189-моддасига кўра, хорижий элемент мавжуд бўлган шартномалар Қонун ҳужжатларида назарда тутилган ҳоллардан ташқари унинг томонлари танлаган мамлакат ҳуқуқи воситасида тартибга солинади [15]. Ушбу модданинг мазмуни шартнома томонларини муайян мамлакатда амал қилувчи ҳуқуқий тартиботнигина танлаш ҳуқуқига эга бўлиб, ҳуқуқнинг ва оқилоналикнинг етакчи қоидаларини танлаш имкониятига эга эмаслар, дея талқин этилмоғи лозим. Шартнома тарафлари шартноманинг барча қисмига ёки унинг айрим бўлагига нисбатан қўлланиладиган ҳуқуқни танлашлари мумкин. Бунда шартнома тузиш пайтида ҳам, кейинчалик ҳам қўлланиладиган ҳуқуқ танлалиши мумкин. Шунингдек, шартнома тарафлари шартномага нисбатан қўлланиладиган ҳуқуқни ўзгартириш масаласини ҳал этишлари мумкин. Амалда кўпчилик ҳолларда томонлар шартнома тузар эканлар, унга нисбатан қайси мамлакат ҳуқуқини қўллаш лозимлиги масаласини ҳал этиш ҳақида ўйлаб кўрмайдилар [16]. Агар шартнома тузувчи тарафлар ўртасидаги келишув билан шартнома муносабатлари қайси мамлакат ҳуқуқига буйсундирилганлиги масаласи ифода этилмаган бўлса, у ҳолда Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодексининг 1190- моддасига кўра, қўлланилиши лозим бўлган ҳуқуқ коллизия нормалари асосида ҳал этилади. Юқоридаги ҳолатлардан келиб чиқиб, шуни хулоса қилишимиз мумкинки бугунги кунда иқтисодий ривожланишни хоҳлайдиган ҳар қайси давлат ўзи-

нинг мустақил иқтисодиётини йўлга қуйишда экспорт саноқчилигини, инвестиция жозибадорлиги юксак даражага кўтариши талаб этилади. Ҳозирги вақтда 2017 йил 7 февралдаги «Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегияси» Давлат дастурида кейинги 5 йилда давлатимизга 40 миллиард АҚШ доллари миқдоридаги инвестиция кириб келиши назар тутилган. Мазкур инвестиция маблағининг 30 миллиарди тўғридан тўғри инвестициялар ҳисобланади. Экспортни янада қўллаб — қувватлаш масаласи бўйича ишлар жадаллик билан давом эттирилиб келинмоқда. Хусусан, 2019 йил «**Фаол инвестициялар ва ижтимоий ривожланиш**» йили Давлат дастурида ҳам иқтисодиётни ривожлантириш масаласи бўйича 10 миллиард АҚШ доллари миқдорида давлат бюджетидан маблағ йўналтирилди. Бундан ташқари янги ташкил этилган Ўзбекистон Республикаси Инвестиция ва ташқи савдо вазирлиги ҳузурида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 6 майдаги 373-сон Қарори асосида Экспортни рағбатлантириш агентлиги ташкил этилди. Бу ҳам ўз навбатида тадбиркорларимизга давлатимиз томонидан берилаётган кенг имкониятларидан бири ҳисобланади. Бу эса ўз навбатида ташқи иқтисодий битим, уни расмийлаштири ҳамда рўйхатдан ўтказиш ҳамда уни фуқаролик-ҳуқуқий тартибга солиш билан боғлиқ муносабатларни юзага келтиради.

Шунингдек, ташқи иқтисодий фаолиятга оид шартномаларни, битимларни фуқаролик-ҳуқуқий тартибга солиш жараёнини такомиллаштириш юзасидан бир қатор назарий, амалиётга йўналтирилган ҳамда қонунчиликка таклифларни келтириб ўтиш мақсадга мувофиқди.

Назарий таклифлар

1) Фуқаролик ҳуқуқи, Бизнес ҳуқуқи, Халқаро тижорат ҳуқуқи ва бошқа юриспруденция адабиётларига «Ташқи иқтисодий битим», «Ташқи савдо битим» тушунчаларини киритиш мақсадга мувофиқдир.

Мазкур ҳолатда Германия, Швейцария, Жанубий Корея давлат тажрибасида ташқи иқтисодий битим ҳамда ташқи савдо битимларини ўзаро фарқли томонлари келтириб ўтилган. Хусусан, ташқи иқтисодий битим-турли давлатлардаги хусусий секторлар ҳамда давлат ташкилотлари ўртасидаги тузиладиган ташқи савдо, кооперация ишлаб чиқариш, инвестиция ҳамда молиявий-валюта кредит фаолиятини тартибга солувчи ҳужжатдир. Ташқи савдо битим — тарафларнинг бири чет эл жисмоний ёки юридик шахс бўлса, предметини товарлар, ишлар, хизматлар, шунингдек интеллектуал фаолият натижалари ҳамда улардан фойдаланиш ҳуқуқини экспорт ёки импорт қилиш боғлиқ операциялар ташкил этади.

Амалиётга йўналтирилган таклифлар

1) Ўзбекистон Республикасида ҳам экспорт-импорт шартномаларини давлат рўйхати ва экспертизадан ўтказувчи ягона давлат органини ташкил этиш. Бугунги кунда Давлат хизматлари агентлигининг фаолиятини янада такомиллаштириш талаб этилади. Уни мустақил Давлат органи сифатида ташкил этиш керак.

Мазкур ҳолатни хорижий мамлакатлар билан таққослайдиган бўлсак, хорижий давлатларда шартномаларни рўйхатдан ўтказиш учун фақат битта давлат органи масъул ҳисобланади. Хусусан, АКШда «Agencies of licenses Centre», Германияда «Гамбург Савдо Палатаси Хизмат Маркази», Жанубий Кореяда «One Stop Centre» давлат идоралари томонидан тадбиркорлик шартномалари давлат рўйхатидан ўтказилади. Ҳар қандай кўринишдаги шартномаларни рўйхатдан ўтказилиши Ягона давлат идораси томонидан амалга оширилса тадбиркорларнинг хусусан, инвесторларнинг вақти тежаллади. Бу эса ўз навбатида инвестициянинг жозибadorлигини оширишга хизмат қилади.

Юқоридан келиб чиқиб, Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси томонидан 1980 йилги «Халқаро товарлар олдиротдиси тўғрисида»ги Вена конвенциясини ҳамда Халқаро йўқ ташиш бўйича шартномаларни тартибга солишга қаратил-

ган «Инкотермс» қоидаларини ратификация қилиш тақлиф этилмоқда. Бугунги ривожланган давлат томонидан «Инкотермс» қоидалари мажбурий аҳамият касб этади. Хусусан, Германия 1995, Жанубий Корея 2005, Украина 2005 ратификация қилиб амалда мажбурий кучга эга. Вена конвенциясини Бутунжаҳон савдо ташкилотига аъзо давлатларнинг 20% ратификация қилган. «Инкотермс» қоидалари ва Вена конвенцияси бизга қуйидаги афзалликларни беради:

- мазкур қондани қўллаган давлатларнинг халқаро йўқ ташиш бўйича томонлар ихтиёрига боғлиқ бўлмаган форс-мажор ҳолатларнинг олди олинад;
- бутунжаҳон савдо ташкилотига аъзо давлатлар билан ҳамкорлик алоқаларимиз кенгайди;
- инвестиция оқими жадаллашади;

Ўзбек тадбиркорларининг жаҳон бозорига чиқиши янада осонлашади.

Адабиёт:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш. Мирзиёев Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисига Мурожаатномаси 2018 йил 28 декабр.
2. Зокиров И. Б. Фуқаролик ҳуқуқи: Дарслик I қисм. Масъул муҳаррир: қайта ишланган ва тўлдирилган бешинчи нашр. — Т.: ТДЮИ нашриёти, 2016. 293-бет.
3. Гражданский кодекс Франции. 19 февраля 2018. Ст 2045.
4. International Trade Centre/ Model contracts for companies. Legal Guidance for doing international Business Geneva/ ITC. 2018. Page 33.
5. Allen Overy Basic principles of English contract law. 5 the edition/ 2019. Page 22.
6. International Trade Centre/ Model contracts for companies. Legal Guidance for doing international Business Geneva/ ITC. 2018. Page 35.
7. О. Н. Толочка «Внешне экономическое сделки» Учебное пособие / ГРГУ, 2017, СТ 5.
8. Лман И. А, Карагулян Е. А «Методическое пособие для экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства ХМАО-Югри: «Организация внешнеэкономической деятельности предприятий малого и среднего предпринимательства» «Екатеренбург ООО Пресс Групп. 2016.
9. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексига шарҳ. Адлия вазирлиги. — Т.: «Vektor-Press», 2016. — 816 б. — (Профессионал (малакали) шарҳлар). 445 бет.
10. Учет И Анализ Внешнеэкономической Деятельности: учебное пособие для студентов направления бакалавриата 080100.62 «Экономика» и специальности 080109.65 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» всех форм обучения / Е. В. Морозова, И. В. Лотоцкая; Сыкт. лесн. ин-т. — Сыктывкар: СЛИ, 2017. — ст 66.
11. Основы внешнеэкономической деятельности: методические материалы по изучению дисциплины для студентов, обучающихся по специальности 036401.65 «Таможенное дело» / автор-сост. Л. Г. Акулова / Саратовский государственный социально-экономический университет. — Саратов, 2016. — 24 с.
12. Contract law of The People's of China. adopted 1999. 15 March. Article 7.
13. Учет И Анализ Внешнеэкономической Деятельности: учебное пособие для студентов направления бакалавриата 080100.62 «Экономика» и специальности 080109.65 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» всех форм обучения / Е. В. Морозова, И. В. Лотоцкая; Сыкт. лесн. ин-т. — Сыктывкар: СЛИ, 2017. — 88 с.
14. Учет И Анализ Внешнеэкономической Деятельности: учебное пособие для студентов направления бакалавриата 080100.62 «Экономика» и специальности 080109.65 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» всех форм обучения / Е. В. Морозова, И. В. Лотоцкая; Сыкт. лесн. ин-т. — Сыктывкар: СЛИ, 2017. — 37 с.
15. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодексига шарҳ. Адлия вазирлиги. — Т.: «Vektor-Press», 2010. — 816 б. — (Профессионал (малакали) шарҳлар). 455 бет.
16. Основы внешнеэкономической деятельности: методические материалы по изучению дисциплины для студентов, обучающихся по специальности 036401.65 «Таможенное дело» / автор-сост. Л. Г. Акулова / Саратовский государственный социально-экономический университет. — Саратов, 2013. — 24 с.

Ибн Халдуннинг фалсафий ва ахлоқий қарашлари

Нурматова Мастура Маҳмудовна, стажёр-ўқитувчи

Ўзбекистон Халқаро Ислон Академияси

Мақолада Ибн Халдуннинг фаолияти, ҳаёт йўли ва ул зотнинг машҳур асарлари акс эттирилган. Унинг ахлоқий ва фалсафий қарашлари ўрганилган.

Калит сўзлар: *Ибн Халдун, тарих, араб тили, Қоҳира, Амир Темур, муқаддима, асар, мутафаккир.*

Философские и этические взгляды Ибн Хальдуна

Нурматова Мастура Махмудовна, преподаватель

Международная исламская академия Узбекистана (г. Ташкент, Узбекистан)

В статье рассматривается жизненный путь и основные произведения философа, историка и мыслителя Ибн Хальдуна. Проанализированы его этическое и философские взгляды.

Ключевые слова: *Ибн Хальдун, история, Амир Темур, произведение, мыслитель.*

Урта асрларнинг буюк араб тарихчиси Абу Зайд Абдурахмон Муҳаммад ибн Халдун XIII—XIV асрларда гарбий Суданнинг сиёсий тарихи туғрисида ўзига хос гувоҳликларни қолдирди. Фақат унинг хабарлари туфайли Сундиятдан¹ бошлаб XIV асрнинг сўнгги йилларига қадар Мали Мандингия² суверенитетлари ҳукмронлиги кетма-кет ва вақтини тиклаш мумкин Малинканинг тарихий анъаналари билан таққослаганда, Ибн Халдуннинг хабарлари ҳамда келтирилган маълумотлари тарихий манбага айланди.

Ибн Халдун Абдурахмон Абу Зайд ибн Муҳаммад 1332 йил 27 майда Тунисда туғилган. У машҳур мусулмон мутафаккири, файласуфи ва тарихчиси, арабшунос ҳамда буюк давлат арбобидир. Ҳақиқий исми Абдурахмон ибн Муҳаммад ибн Абу Бакр Муҳаммад ибн Хасан. Ислон оламида энг улуг мутафаккирлардан бири ва энг муҳим асарлари «Муқаддима» билан машҳур, тарих, маданият, жамият ва сиёсий ҳокимият борасида ҳар қандай мусулмон мутафаккиридан жуда кўп асарлар ёзиб қолдирган. Отаси ҳуқуқшунос бўлганлиги боис ўз касбини ўғлига ўргатган. Шу билан бирга, унга Куръони карим ва араб тилининг нозик жиҳатларини ҳам ўргатди. Сўнгра Ибн Халдун таниқли олимлар билан бирга таҳсил олди. Ўн саккиз ёшида серкирра олим бўлишга улгурди.

Бир неча йил қози бўлиб ишлагач Андалусга йўл олди. У ерда кўп фитна — фасодларга йўлиқиб, натижада Африкага қайтиб келди. Ибн Халдун кўп йиллар давомида давлатнинг турли лавозимларида ишлади. Олим ҳаёти давомида кўплаб саёҳатларни амалга оширган. У Жазоир ва Марокашга сафар қилган ва у ерда ушбу минтақадаги таниқли кутубхонада ўз билимларини бойитган. У ерда таниқли испан олимлари билан мулоқотда бўлди. Кейин у Испанияга сафар қилди, кейнчалик Жазоирга қайтиб, масжид котиби бўлиб ишлади. Кейнчалик уни жамоат хизматида тақлиф қилишди. Жазоирда «Ибн Салома «қалъасида ўти-

риб, «Тарихи Ибн Халдун» асарини ёза бошлади. 1382 йили Ибн Халдун Қоҳирага кўчиб ўтади ва ал-Азҳар университетида профессор лавозимида ишлади. У 1387—1388 йиллари Маккан Мукаррамага, 1400 йили муқаддас шаҳар Фаластинни зиёрат қилди.

Ибн Халдуннинг машҳур воқеалар сирасига унинг буюк саркардамиз Амир Темур билан Дамашқдаги учрашуви бўлди. Ибн Халдун Дамашқ шахрининг Амир Темурга топширилиши шартлари бўйича музокара олиб борган делегация таркибига кирган эди. Шу тариқа Ибн Халдун Амир Темур билан шахсан суҳбатлашиш шарафига мушарраф бўлган. Олимнинг далолат беришича, Амир Темур ундан Мағриб мамлакатлари, унинг манзиллари ва шаҳарларини батафсил баён қилиб беришни сўраган. Ибн Халдун Амир Темур ташқи сиёсий фаолиятига салбий назар билан қаршидан қатъий назар, соҳибқирон шахсиятига муносиб баҳо берган. У Амир Темурнинг ҳарбий тарих соҳасидаги теран билимидан ҳайратга тушган, уни «мунозара — баҳсларни яхши кўрадиган ўткир заковатли ва теран зеҳдли инсон» деб таърифлаган.

Асосий асари «Китоб ул — Ибугунбар» (Ибратлар китоби», 1370). Асарда Ибн Халдун жамият тараққиёти ҳусусида ўз фикрларини ҳамда Шарқ мусулмон халқлари, хусусан, Мағриб тарихини баён қилган. Ибн Халдун кишилар ҳаётидаги тафовутларни, асосан жуғрофий ва бошқа моддий омилларга боғлиқ деб ҳисоблайди. Асарда Ибн Халдун ўз тарихий — ижтимоий назариясини баён қилиб, ахлоқий ва ижтимоий муассасалар кишилар турмуши билан боғлиқлигини ҳамда меҳнат ва кишиларнинг ўзаро муносабатлари, жамият ҳаётида муҳим аҳамиятга эга эканлигини таъкидлаган.

Ибн Халдун тарихий ижтимоий тараққиётнинг моддий тамойилларига асосланиши ҳақида фикр юритган. 1382 йилдан бошлаб Қоҳирада яшаб, олим, сўнгра профессор, кейнчалик эса моликийларнинг Олий қозиси³ лавозини эгаллаган. Ибн Халдун жуда ҳалол ва виждонли ато-

¹ Сундият-бегемот-Малинка қабиласининг шохи

² Мандинго- (тарихий Манден вилоятнинг номи) Ҳозирда Сигиря ва Гвинейя оралигида жойлашган.

³ Ўша даврда Шарият қозиси бўлган

латпарвар инсон бўлгани боис, унинг душманлари ҳам йўқ эмас эди. Шунинг учун уни ушбу лавозимдан олиб ташлаш йўлида кўп ҳаракатлар бўлган. Бироқ улар ўз мақсадларига ета олишмади. Темурланг Сурияга бостириб кирганида, Ибн Халдун ибн Арабшоҳнинг сўзларига кўра, у ерда ўз хўжайини билан бирга бўлиб, ўз концепцияси билан Темурланг эътиборини ўзига қаратишга муваффақ бўлади. Ҳамда у ўша Олий Қадий лавозимига қайта тикланди.

Ибн Халдуннинг иқтисодга оид асарлари бугунги кунда долзарбдир. Ибн Халдуннинг «Муқаддима» тарихий аса-рида мамлакатлар ва халқларнинг пайдо бўлиши пасайиш сабабларни таҳлил қилган. У ёлланган армия учун дав-лат ҳаражатларини камайтириш таъкидлади ва савдо иш-лаб чиқаришга тўсқинлик қиладиган солиқ таърифларига қарши эди. Ибн Халдуннинг фикрича, бюрократия суест мо-тиватция ва тайёргарлик туфайли тижорат фаолиятини са-марали бошқариш имкониятига эга эмас. Унинг фикрича, давлат савдо ва ишлаб чиқаришда иштирок этадиган мам-лакатларда иқтисодий профитист ва пасайишнинг қисқар-шини кутиш керак. Ибн Халдун ушбу ва бошқа иқтисодий тамойилларни цивилизациялашган жамият куриш учун за-рур шарт деб ҳисоблаган. Ибн Халдун иқтисодиётнинг жуда кўп фундаментал тшунчаларини кашф этган.

Ибн Халдун Қоҳира шаҳридаги Амра ибн — ал Аса мас-жиди ёнидаги Камҳия мадрасасида дарс берган. Бу даврда у Миср султонининг марҳаматига сазавор бўлди ва ла-возимидан воз кечди, ва ўзини бутунлай илмга бағишла-ди. У ҳаёти давомида турли тарихий ва сотсиологик мавзу-ларда асарлар ёзган. Унинг энг машҳур асарлари: Ал-Ибар, Диван — ал-Мубтад, ал-Хабар фи Айям ал — Араб, Ал-Ажам, Бербер, Лубаб ал — Муҳассал».

Ибн Халдуннинг фикрича, меҳнат тақсимооти иқтисодий даромаднинг муҳим манбаи ва тадбиркорлик қизиқиши их-тисослашув учун қулай муҳитга боғлиқ. Ибн Халдун меҳнат фаолиятининг ҳар хил турларини ажратиш ва оммавий иш-лаб чиқариш принципи тўғрисида қуйидагиларни айтган.

— Ҳар бир шахсий хунармандчилик тури ишчиларга, шунингдек тажрибали ишчиларга муҳтож. Муайян хунар-мандчиликда ишлаб чиқариш босқичлари қанча кўп ва хил-ма-хил бўлса, унда одамлар шунчалик кўп иштирок эта-дилар. Бундан ташқари, ишчиларнинг ҳар бир гуруҳи ўз вазибаларини бажармоқдалар. Аста-секин, турли хил иш турлари хунармандчиликда тобора аниқроқ аниқланиб бо-рилади, уни бажарадиган одамлар кўпроқ қилган ишларида кўпроқ тажрибага эга бўладилар. Вақт ва доимий ҳаракат-ларнинг такрорланиши хунармандчиликнинг шакллани-шига ва ривожланишига ҳисса қўшади».

Адабиётлар:

1. Ацамба Ф. М. Социально-экономические воззрения Ибн Хальдуна // Всемирная история экономической мысли: В 6 томах / Гл. ред. В. Н. Черковец. — М.: Мысль, 1987. — Т. I. От зарождения экономической мысли до первых теоретических систем политической жизни. — С. 311–315. — 606 с. — 20 000 экз. — ISBN 5–244–00038–1.
2. Алексеев И. Л. Возвращаясь к Ибн Халдуну // Pax Islamica, 1/2008, с.5–14;

Ибн Халдун амалиётда машқ қилиш ва касбий ривож-ланишни муҳим деб билган. У меҳнат тақсимотини қисқача иқтисодий асослаб берди ва тадбиркорларнинг вазифа-лари ишлаб чиқариш омилларини бозор кучларига муво-фиқ мувофиқлаштириш ва ўзаро таъсири таъминлашдан иборат деб ҳисоблайди. Ибн Халдуннинг фикрига кўра, ишлаб чиқариш омилларининг ўзаро таъсири ва муво-фиқлаштириш шартлари бажарилса, меҳнат тақсимо-ти иқтисодий ортиқча манба ҳисобланади. Шунингдек, у «ин-сон қилган фойда унинг меҳнатида олинган қийматдир» деб таъкидлади.

Ибн Халдун фойда тижорат ҳаракатларининг асосий сабаби деб ҳисоблаган ва ишчилар ва тадбиркорлар ўз фаолиятларидан фойда ва иш ҳақи кўринишида кўпроқ фойда олишга ҳаракат қилмоқдалар. Ибн Халдун учун «тижорат деганда товарларни паст нарҳда сотиб олиш ва уларни юқори нарҳда сотиш орқали капиталнинг ўсиши» тушунилади. У иқтисодий ўсиш учун муҳим бўлган иқти-содий профицитни ошириш учун ишлаб чиқариш омил-ларининг уйғунлиги, ўзаро таъсири ва йўналишини кўриб чиқди.

Ибни Халдуннинг ижтимоий бутунлик ва ижтимоий бир-дамлик фикри Куръон Қаримнинг Анфол сурасининг 46-оятида айтганлари билан алоқалидир: «Оллоҳга ва унинг Расулига итоат қилинг. Низо қилманг (келишмовчиликка тушманг), йўқса заиф тушасиз ва қувватингиз қўлингиз-дан кетар. Сабр қилинг. Муҳаққакки Аллоҳ сабр қилган-лар билан баробардир.»

Ибн Халдун фалсафага қарши кураш авж олган даврда яшаган. Ақлни «метафизика» билан эмас, фойдали илм би-лан банд қилиш тарафдори бўлди, сеҳргарлик ва тилсим-фурушликдан қайтарди.

Француз географи Ив Лакост айтади: «Бу мағриблик буюк мутафаккирнинг ўн тўрттинчи асрда кўтарган масала-лари бугун бизни хушёрликка ундайди, қоқоқ бўлиб қол-масдан, замон билан ҳамнафас бўлишга қақиради. Ибн Хал-дун ҳаёти ва ижодини ўрганиш учун юзлаб асарлар, илмий мақолалар ёзилди. Ушбу машҳур асарлардан: Ив Лакост «Аллома Ибн Халдун», Тоҳо Хусайн «Фалсафату Ибн Хал-дун ижтимаия», Муҳаммад Маҳмуд Рабеъ «Анназариятул исламия лиибни Халдун», Имодидин Халил

«Исломиий Ибн Халдун».

Ибн Халдун 78 ёшида 1406 йил вафот этди. Олим-дан бизга кўпгина илмий асарларлар, мақолалар қолди. Ҳозирда олам ичида бўлаётган кескин вазиятларини кўз олдимизга олинганимизда замонавий мусулмон жамиятлар учун Ибни Халдунни ўқиш вақтидир.

3. Араби Б. Ибн-Хальдун — основоположник арабской социологии // Социологические исследования. — 1990. — Т. 11. — С. 107–109.
4. Бациева, С. М. Историко-социологический трактат Ибн Халдуна «Мукаддима». — М.: Наука, 1965.
5. Бациева С. М. Бедуины и горожане в Мукаддима Ибн Халдуна // Очерки истории арабской культуры V–XII веков. М., 1982;
6. Ибн Хальдун Абдуррахман Абу Зейд ибн Мухаммед / Бациева С. М., Сагадеев А. В. // Евклид — Ибсен. — М.: Советская энциклопедия, 1972. — (Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А. М. Прохоров; 1969–1978, т. 9).
7. Иванов Н. А. «Китаб аль-Ибар» Ибн Халдуна как источник по истории стран Северной Африки в XIV в. // Арабский сборник. М., 1959;
8. Игнатенко А. А. Ибн-Хальдун / Оформление серии и гравюра художника А. И. Ременника. — М.: Мысль, 1980. — 160 с. — (Мыслители прошлого). — 50 000 экз.
9. Коротаяев А. В. Долгосрочная политико-демографическая динамика Египта: Циклы и тенденции. М.: Восточная литература, 2006. — ISBN 5–02–018526–4;
10. Крымский А. Е. Ибн-Хальдун // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890–1907.
11. Розов Н. С. Закон Ибн Халдуна // Политический класс. 2006, 16;
12. Смирнов А. В. Ибн Халдун и его «новая наука» // Историко-философский ежегодник, 2007. М.: «Наука», 2008. — 530 с. — ISBN 978–5–02–035961–1. — С. 159–186;

6

Молодой ученый
Международный научный журнал
№ 48 (286) / 2019

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.
За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77–38059 от 11 ноября 2009 г.,
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
ISSN-L 2072-0297
ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»
Номер подписан в печать 11.12.2019. Дата выхода в свет: 18.12.2019.
Формат 60 × 90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.
Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.
E-mail: info@moluch.ru; https://moluch.ru/
Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.