

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

ISSN 2072-0297

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



24 2026
ЧАСТЬ IV

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 24 (627) / 2026

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
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
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
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
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
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
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
Рахмонов Азизхон Боситхонович, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
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 Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)
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)
Досманбетов Динар Бакбергенович, доктор философии (PhD), проректор по развитию и экономическим вопросам (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, доктор педагогических наук, и.о. профессора, декан (Узбекистан)
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 Цзюань, 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)
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
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 *Александр Афанасьевич Потебня* (1835–1891), русский и украинский языковед, литературовед, философ.

Александр Афанасьевич родился в 1835 году в дворянской семье штабс-капитана на хуторе Манев, близ села Гавриловка Роменского уезда Полтавской губернии (ныне Роменский район).

Он с отличием окончил Радомскую гимназию и поступил на юридический факультет Харьковского университета, но через год перевелся на историко-филологический факультет. Там же Потебня увлекся этнографией, стал изучать «малорусское наречие» и собирать народные песни. По окончании университета Потебня недолго проработал учителем словесности в 1-й Харьковской гимназии, а затем в 1861 году защитил магистерскую диссертацию «О некоторых символах в славянской народной поэзии» и начал читать лекции в Харьковском университете. В возрасте 26 лет он опубликовал свой труд «Мысль и язык», где сформулировал ряд оригинальных и глубоких теоретических положений. Тогда же он отправился в заграничную командировку — посещал лекции в Берлинском университете, изучал санскрит и побывал в нескольких славянских странах. В 1874 году он защитил докторскую диссертацию «Из записок по русской грамматике», а в 1875 году стал профессором Харьковского университета.

Потебня находился под сильным влиянием идей Вильгельма фон Гумбольдта, однако переосмыслил их в психологическом духе. Он много изучал соотношение мышления и языка, в том числе в историческом аспекте, выявляя прежде всего на русском и славянском материале исторические изменения в мышлении народа. Занимаясь вопросами лексикологии и морфологии, ученый ввел в русскую грамматическую традицию ряд терминов и понятийных противопоставлений. В частности, он предложил различать значение слова: «дальнейшее» (связанное, с одной стороны, с энциклопедическими знаниями, а с другой — с персональными психологическими ассоциациями, и в обоих случаях индивидуальное) и «ближайшее» (общее для всех носителей языка, «народное», или, как чаще говорят теперь в русской лингвистике, «наивное»). В языках с развитой морфологией ближайшее значение делится на вещественное и грамматическое. Ученого глубоко интересовала история образования категорий существительного и прилагательного, противопоставления имени и глагола в славянских языках.

В те времена нередко одни языковые явления рассматривались в отрыве от других и от общего хода языкового развития. И поистине новаторской была мысль Потебни, что в языках и их развитии есть непреложная система и что события в истории языка надо изучать, ориентируясь на его разнообразные связи и отношения.

Александр Афанасьевич известен также своей теорией внутренней формы слова, в которой конкретизировал идеи фон Гумбольдта. Внутренняя форма слова — это его

«ближайшее этимологическое значение», осознаваемое носителями языка (например, у слова «стол» сохраняется образная связь со словом «стать»); благодаря внутренней форме слово может приобретать новые значения через метафору. Именно в трактовке Потебни «внутренняя форма» стала общеупотребительным термином в русской грамматической традиции. Он писал об органическом единстве материи и формы слова, в то же время настаивая на принципиальном разграничении внешней (звуковой) формы слова и внутренней. Лишь многие годы спустя это положение было оформлено в языкознании в виде противопоставления плана выражения и плана содержания.

Одним из первых в России Потебня начал изучать проблемы поэтического языка в связи с мышлением, ставил вопрос об искусстве как особом способе познания мира. Ученый также исследовал украинские говоры (объединявшиеся в то время в лингвистике в «малорусское наречие») и фольклор, стал автором ряда основополагающих работ по этой тематике.

Потебня являлся горячим патриотом своей родины — Малороссии и осуждал правительственные притеснения украинского языка. Украинский язык и словесность он сам называл исходной точкой, которая и побудила его к занятиям языкознанием. Потебня считал необходимым для каждого украинца иметь тесную связь с украинским языком и культурой. Величайшей трагедией Украины Потебня считал то, что украинское дворянство отказалось от родного языка.

Вместе с тем он рассматривал русский язык как единое целое — совокупность великорусских и малорусского наречий, а общерусский литературный язык считал достоянием не только великороссов, но и белорусов и малороссов в равной степени; это отвечало его взглядам на политическое и культурное единство восточных славян.

Потебня создал научную школу, известную как «Харьковская лингвистическая школа». Его идеи оказали большое влияние на многих русских лингвистов второй половины XIX и первой половины XX века.

Александр Потебня являлся членом-корреспондентом Императорской Санкт-Петербургской академии наук по отделению русского языка и словесности, а также действительным членом Общества любителей российской словесности при Московском университете. Он был награжден Ломоносовской премией, Уваровскими золотыми медалями и удостоен Константиновской медали Русского географического общества. Кроме того, Потебня состоял председателем Харьковского историко-филологического общества (1878–1890) и членом Чешского научного общества.

Последние свои дни знаменитый деятель науки провел в Харькове, в доме 16 по улице, которая сейчас носит его имя.

*Информацию собрала ответственный редактор
Екатерина Осянина*

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Фурсов М. О.

Адаптация и наставничество персонала как элементы HR-стратегии страховой компании . 205

Шустова Ю. В.

Диагностика и формирование организационной культуры и ее роли в стратегическом развитии организации 208

Юзбашян А. С., Сурхаева Е. Ф., Погосян Э. А., Богатырь Е. Р., Перепелица Д. А., Ильина С. В.
Акция как корпоративная ценная бумага..... 211

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Андреева А. А.

Влияние потребительского опыта пациента на лояльность к частной медицинской организации..... 214

Гао Цзюньвэй

Совместный маркетинг в условиях цифровых бизнес-экосистем 216

Степанищева Л. Е.

Феномен очередей за впечатлениями как форма современного потребительского поведения в цифровой среде..... 218

Тарасова Е. Р.

Роль общественного мнения в формировании маркетинговых стратегий.... 220

Чжан Линлун

Анализ конкурентоспособности китайских гаджетов: соотношение цены и качества в восприятии российского потребителя 221

ФИЛОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИКА

Арданова А. А.

Особенности перевода юридической документации 224

Астапова А. С.

Августовская идеология: золотой век и режим принцепата..... 225

Газизуллина Э. А., Данилова Ю. Ю.

Внеклассный игровой курс «Языковая палитра мира» как ресурс развития межкультурной коммуникативной компетенции обучающихся 9-го класса 232

Гулая Е. М.

Кулинарная лексика как составляющая стиля жанра фэнтези 235

Заверюхина К. И.

Языковые средства выражения агрессии в публицистическом дискурсе..... 239

Календжян Е. С.

Английский язык как глобальный язык общения 240

Лалаева А. В.

Рецепция медийного дискурса в современной русской прозе 2020-х годов: функции социальных сетей и блогов в нарративной структуре романов Светланы Павловой «Голод» и «Сценаристка»..... 242

Латыпова А. Ф.

Семантическое поле цветообозначения (на примере английского и русского языков)..... 245

Раджабова Д. Э.

Принципы организации хронотопа в романе А. Волоса «Хуррамабад» 246

Сидиропуло С. И.

Юридический перевод: трудности и способы их преодоления 249

Трубникова В. А.

Отражение социальной структуры в системах терминов родства на материале английского, китайского и русского языков..... 250

Харина Л. А.

О процессе семантической деривации англицизма «бустер» в русском языке 255

ПСИХОЛОГИЯ

Ванькина В. В.

Ранние дезадаптивные схемы как предиктор формирования ненадежных типов привязанности и созависимого поведения 260

Волконина Е. Ю.

Профессиональное выгорание сотрудников,
собирающих заказы для интернет-магазинов
и маркетплейсов: факторы, диагностика
и профилактика 263

Волнова И. Н.

Особенности осознания переноса
и контрпереноса в условиях дистанционного
психологического консультирования 266

Ганин П. А.

Повышение стрессоустойчивости старших
подростков на уроках физической культуры .. 271

Голованова С. В.

Психолого-педагогические условия
поддержки самостоятельности у старших
дошкольников 275

Зими́на О. Ю.

Особенности работы с последствиями
психологического насилия
в консультативной практике: теоретический
анализ и интегративная модель помощи..... 277

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Адаптация и наставничество персонала как элементы HR-стратегии страховой компании

Фурсов Максим Олегович, студент магистратуры

Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка»

В статье исследуется значение адаптации и наставничества персонала в системе HR-стратегии страховой компании. Особое внимание уделяется сопоставлению научных подходов к управлению персоналом, корпоративному обучению, HR-аналитике и кадровому резерву. Обоснована позиция, согласно которой адаптация и наставничество не должны рассматриваться как вспомогательные кадровые процедуры, поскольку в страховом секторе они непосредственно связаны с качеством клиентского сервиса, снижением кадровых рисков, воспроизводством профессиональной экспертизы и обеспечением управленческой преемственности. Предложены практические решения, направленные на формализацию адаптационного цикла, развитие наставничества, внедрение цифрового HR-мониторинга и включение наставников в систему оценки результативности.

Ключевые слова: адаптация персонала, наставничество, HR-стратегия, страховая компания, кадровый резерв, HR-аналитика, корпоративное обучение.

Современная страховая компания функционирует в условиях усложнения клиентских запросов, цифровизации страховых продуктов, роста требований к скорости урегулирования убытков и необходимости соблюдения нормативных процедур. В подобной среде персонал перестает быть исключительно исполнителем трудовых функций: он становится носителем страховой экспертизы, клиентской культуры, правовой грамотности и цифровых навыков. По данной причине адаптация и наставничество должны рассматриваться не как локальные мероприятия кадровой службы, а как элементы HR-стратегии, обеспечивающие включение работника в профессиональную, организационную и ценностную среду компании.

В научной литературе управление персоналом традиционно раскрывается через совокупность функций, связанных с планированием, подбором, обучением, мотивацией, оценкой и развитием работников. Так, А. Ю. Анисимов, О. А. Пятаева и Е. П. Грабская рассматривают управление персоналом через систему управленческих процедур, обеспечивающих формирование и развитие кадрового потенциала организации [2, с. 19]. Данный подход представляется обоснованным, поскольку без функциональной упорядоченности невозможно построить устойчивую кадровую систему. Вместе с тем применительно к страховой организации названная позиция требует уточнения: простого наличия процедур подбора, обучения и оценки недостаточно, если они не связаны с клиентскими, операционными и финансовыми результа-

тами. Более стратегически ориентированную позицию занимают Д. В. Круглов, О. С. Резникова и И. В. Цыганкова, связывающие стратегическое управление персоналом с прогнозированием кадровой потребности, развитием человеческого капитала и обеспечением соответствия кадровых ресурсов долгосрочным целям организации [9, с. 67]. С данным подходом следует согласиться, поскольку страховая компания нуждается в закрытии текущих вакансий и планомерном формировании компетенций, необходимых для сопровождения клиентов, урегулирования убытков, правовой оценки документов, работы с цифровыми сервисами и поддержания качества страховой услуги, в связи с чем адаптация и наставничество должны проектироваться как инструменты стратегического выравнивания персонала под цели организации.

А. Я. Кибанов, обращаясь к прикладной стороне управления персоналом, связывает результативность кадровой работы с наличием регламентированных процедур, позволяющих уменьшить управленческую неопределенность и сделать поведение организационной системы более прогнозируемым [7, с. 86]. Для страховой компании данный тезис имеет особое значение, однако его практическая ценность раскрывается не через само наличие локального акта, а через качество его содержания. Регламент адаптации будет выполнять реальную управленческую функцию лишь при условии, что в нем зафиксированы логика прохождения первых месяцев работы, распределение ответственности между HR-службой, руководителем

и наставником, критерии оценки профессиональной готовности, порядок предоставления обратной связи, контрольные точки и связь с последующим обучением. При подобной организации адаптация превращается из формальной процедуры приема в должность в механизм управляемого вхождения работника в профессиональную среду, что особенно важно для страховщика, где ранние ошибки сотрудника могут отражаться на документах, клиентской коммуникации, сроках урегулирования и репутационном восприятии компании.

Подход Г. Десслера заслуживает внимания, поскольку «обучение, оценка и развитие персонала рассматриваются им как инструменты повышения результативности работников и качества трудовых отношений» [4, с. 257]. В страховом секторе данное положение приобретает прикладное измерение: новый сотрудник должен освоить не отдельный набор должностных действий, а целую систему профессиональных требований, включающую продуктивную линейку, правила оформления договоров и заявлений, стандарты общения с клиентами, требования к обработке персональных данных, порядок сопровождения страхового случая и внутренние регламенты взаимодействия между подразделениями. По данной причине адаптационная программа не может сводиться к ознакомлению с коллективом, корпоративными правилами и общей информацией о компании; ее содержательное ядро должны составлять практические модули, построенные на разборе клиентских обращений, типичных ошибок при оформлении документов, конфликтных ситуаций при урегулировании убытков и алгоритмов коммуникации, позволяющих новому работнику быстрее перейти от пассивного ознакомления к самостоятельному и качественному выполнению трудовых функций.

Отдельного анализа требует наставничество. М. В. Кларин рассматривает наставничество и корпоративное обучение как «формы передачи профессионального опыта, развития компетенций и сопровождения работника в процессе освоения новых задач» [8, с. 106]. Данный подход представляется особенно ценным для страховой компании, поскольку значительная часть профессиональных знаний в страховании носит прикладной характер и не всегда может быть полностью передана через инструкции. Умение объяснить клиенту условия договора, корректно оценить страховую ситуацию, не допустить коммуникативной ошибки, вовремя запросить недостающие документы и снизить конфликтность обращения формируется преимущественно через практику, разбор ситуаций и наблюдение за действиями более опытного сотрудника.

Вместе с тем наставничество не должно превращаться в неформальную помощь «по возможности». В. Н. Ярышина справедливо связывает адаптацию работников с повышением эффективности труда, подчеркивая, что «результативность адаптационных мероприятий зависит от системности включения нового сотрудника в трудовой процесс» [15, с. 6029]. Развивая данную позицию, можно утверждать, что наставничество должно иметь формали-

зованную структуру: назначение наставника, определение его функций, фиксацию учебных задач, проведение промежуточной оценки, оценку качества наставнической работы со стороны нового сотрудника и включение результатов наставничества в KPI руководителя или наставника. Иначе наставничество остается зависимым от личной мотивации отдельных сотрудников и не превращается в устойчивый элемент HR-стратегии.

Вопрос приоритизации инструментов адаптации раскрывается в работе Л. В. Лазарева и Е. А. Колесниченко, где подчеркивается необходимость отбора адаптационных механизмов, дающих наибольший управленческий эффект для конкретной организации [10, с. 937]. С названной позицией следует согласиться частично. Действительно, универсального набора адаптационных инструментов не существует; однако для страховой компании минимальный обязательный комплекс должен включать вводный курс, наставника, индивидуальный план на 30/60/90 дней, проверку продуктовых знаний, оценку качества клиентской коммуникации и итоговое заключение руководителя подразделения. Исключение хотя бы одного из названных элементов снижает управляемость адаптации и усложняет диагностику причин ранней текучести.

Особенность страховой компании заключается в том, что ошибки нового сотрудника могут иметь кадровые, финансовые, правовые и репутационные последствия, вследствие чего адаптация и наставничество должны соотноситься с системой функций и показателей, отражающих устойчивость страхового бизнеса, качество операций и способность организации выполнять обязательства перед клиентами [11, с. 2334], включая сроки обработки обращений, количество ошибок в документах, число повторных клиентских обращений, уровень жалоб, скорость урегулирования страховых случаев и соблюдение внутренних регламентов, поскольку без названной связи кадровая работа остается изолированной от бизнес-результатов.

В научной дискуссии о развитии персонала значимое место занимает корпоративное обучение. Л. Н. Иванова-Швец и Н. А. Жирова указывают на роль корпоративного обучения в стратегическом управлении персоналом современных организаций, связывая его с развитием профессиональных компетенций и поддержанием конкурентоспособности компании [6, с. 656]. Данная позиция представляется убедительной, однако применительно к страховой организации корпоративное обучение должно быть тесно встроено в адаптацию. Новый работник не должен проходить обучение в отрыве от реальных задач подразделения: учебные модули необходимо соотносить с функциональным блоком (продажи, урегулирование, клиентский сервис, андеррайтинг, юридическое сопровождение), уровнем должности и фактическими ошибками, выявляемыми в первые месяцы работы.

Цифровизация кадровых процессов усиливает требования к измеримости адаптации и наставничества. Н. В. Волкова и С. А. Евсеева рассматривают HR-аналитику как инструмент сопоставления кадровых по-

казателей с организационными результатами [3, с. 65], а В. А. Умнов подчеркивает значение HR-аналитики как самостоятельного профессионального направления, повышающего обоснованность управленческих решений в сфере персонала [12, с. 546]. Названные подходы следует признать наиболее перспективными, поскольку именно аналитическая основа позволяет перевести адаптацию из формального процесса в управляемую систему. В страховой компании необходимо фиксировать срок выхода сотрудника на плановую продуктивность, долю успешно завершивших адаптацию, причины увольнений в первые месяцы, оценку наставника, результаты тестирования, количество ошибок в клиентских операциях и динамику производительности после прохождения обучения.

Сходную логику развивают М. К. Черняков и И. А. Чернякова, связывающие цифровизацию управления персоналом с необходимостью адаптации кадровых процессов к новым технологическим условиям [14, с. 168]. В данном аспекте целесообразно предложить внедрение цифровой карты адаптации, где по каждому новому сотруднику фиксируются этапы прохождения вводного обучения, встречи с наставником, выполненные практические задания, результаты проверки знаний, замечания руководителя и итоговое решение по завершению испытательного срока. Подобная карта позволяет HR-службе, руководителю подразделения и наставнику видеть реальную динамику включения работника, а не оценивать адаптацию субъективно и фрагментарно.

Отдельное значение имеет связь адаптации и наставничества с кадровым резервом. П. В. Ерусланкина, исследуя управление талантами в крупных страховых компаниях России, подчеркивает значение выявления, развития и удержания работников с высоким потенциалом [5, с. 112], а П. В. Фурсова рассматривает талант-менеджмент в страховом бизнесе через необходимость более системной работы с кадровым потенциалом [13, с. 94]. На наш взгляд, наставничество должно рассматриваться как помощь новичку и одновременно как инструмент выявления потенциальных руководителей, поскольку сотрудник, способный обучать, объяснять, контролировать качество работы другого человека и передавать корпоративные стандарты, демонстрирует управленческий потенциал; следовательно, участие в наставничестве может выступать одним из критериев включения в кадровый резерв.

С учетом рассмотренных подходов представляется возможным выделить ключевую проблему: в большинстве организаций адаптация и наставничество формально присутствуют в кадровой системе, однако не всегда связаны с HR-стратегией, показателями эффективности и задачами развития человеческого капитала. Для страховой компании подобный разрыв особенно опасен, поскольку недостаточная адаптация приводит к ошибкам в работе с клиентами, росту нагрузки на опытных сотрудников, увеличению текучести, снижению качества сервиса и потере профессиональной экспертизы. Следовательно, главный вопрос состоит не в наличии адаптационных ме-

роприятий, а в их управляемости, измеримости и включенности в стратегическую систему управления персоналом.

Для решения обозначенной проблемы целесообразно предложить комплекс практических мероприятий, ориентированных не на формальное расширение кадровой документации, а на создание управляемого адаптационного контура. Прежде всего страховой компании необходим единый стандарт адаптации персонала: в него следует включить этапы 30/60/90 дней, перечень обязательных профессиональных знаний, формы текущего контроля, порядок взаимодействия HR-службы, непосредственного руководителя и наставника, а также критерии завершения адаптационного периода (например, прохождение продуктового тестирования, оценка качества клиентской коммуникации, отсутствие критических ошибок в документах). Наряду с этим требуется нормативно закрепить институт наставничества — через внутреннее положение, где будут определены критерии выбора наставника, его функции, допустимая нагрузка, система поощрения и ответственность за качество сопровождения нового сотрудника; без такого закрепления наставничество сохраняет зависимость от личной инициативы отдельных работников и не становится устойчивым инструментом HR-стратегии.

Следующим направлением должно стать внедрение цифровой карты адаптации, позволяющей фиксировать результаты обучения, обратную связь, типовые ошибки, сроки выхода на продуктивность и итоговую оценку работника по завершении испытательного срока. Подобный инструмент имеет прикладное значение, поскольку руководитель подразделения и HR-служба получают возможность видеть не общее впечатление о новичке, а конкретную динамику его включения в рабочий процесс. Кроме того, наставничество целесообразно связать с кадровым резервом: успешное выполнение роли наставника может рассматриваться как подтверждение управленческого потенциала, особенно если работник способен обучать, объяснять сложные процедуры, контролировать качество работы другого сотрудника и передавать корпоративные стандарты. Завершающим элементом предлагаемой модели должно стать включение адаптационных показателей в HR-дашборд — доли работников, завершивших адаптацию, срока выхода на продуктивность, текучести в первые шесть месяцев, удовлетворенности новичков, оценки наставников и результатов проверки профессиональных знаний.

Предложенные решения позволяют изменить место адаптации и наставничества в кадровой системе страховой компании. Они перестают быть вспомогательными процедурами, связанными только с вводом нового работника в должность, и становятся механизмом снижения кадровых рисков, развития компетенций, укрепления клиентского сервиса и формирования управленческого резерва. Наиболее обоснованной представляется модель, при которой адаптация, наставничество, корпоративное обучение и HR-аналитика объединяются в единую си-

стему: адаптация обеспечивает вход работника в организацию, наставничество передает профессиональные стандарты, обучение развивает компетенции, аналитика позволяет контролировать результат, а кадровый резерв закрепляет перспективу внутреннего роста.

Следовательно, адаптация и наставничество персонала в страховой компании должны рассматриваться как элементы HR-стратегии, поскольку именно через них обеспечивается воспроизводство страховой экспертизы,

снижение ранней текучести, формирование сервисной культуры и повышение управляемости кадровых процессов. В отличие от формального подхода, ограниченного инструктажем и назначением наставника, стратегическая модель предполагает нормативное закрепление процедур, цифровой мониторинг, связь с KPI, оценку качества наставничества и использование результатов адаптации для принятия решений о развитии, удержании и продвижении работников.

Литература:

1. Анисимов, А. Ю. Трансформация управления персоналом в условиях цифровой экономики: от административной функции к стратегическому партнерству / А. Ю. Анисимов, С. А. Алексахина, И. И. Молчанов, Р. Ю. Голиков // *Лидерство и менеджмент*. — 2025. — Т. 12. — № 5. — С. 1131–1142.
2. Анисимов, А. Ю. Управление персоналом организации: учебник для среднего профессионального образования / А. Ю. Анисимов, О. А. Пятаева, Е. П. Грабская. — Москва: Юрайт, 2026. — 278 с.
3. Волкова, Н. В. HR-аналитика. Аналитика данных в управлении персоналом: учебное пособие для вузов / Н. В. Волкова, С. А. Евсеева. — Москва: Юрайт, 2024. — 104 с.
4. Десслер, Г. Управление персоналом: учебное пособие / Г. Десслер. — Москва: Лаборатория знаний, 2024. — 802 с.
5. Ерусланкина, П. В. Состояние системы управления талантами в крупных страховых компаниях России / П. В. Ерусланкина // *Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки*. — 2025. — № 1. — С. 109–123.
6. Иванова-Швец, Л. Н. Роль корпоративного обучения в стратегическом управлении персоналом современных организаций / Л. Н. Иванова-Швец, Н. А. Жирова // *Лидерство и менеджмент*. — 2025. — Т. 12. — № 3. — С. 655–666.
7. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации. Практикум: учебное пособие / А. Я. Кибанов. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 365 с.
8. Кларин, М. В. Корпоративный тренинг, наставничество, коучинг: учебное пособие для вузов / М. В. Кларин. — Москва: Юрайт, 2023. — 288 с.
9. Круглов, Д. В. Стратегическое управление персоналом: учебник для вузов / Д. В. Круглов, О. С. Резникова, И. В. Цыганкова. — Москва: Юрайт, 2025. — 168 с.
10. Лазарев, Л. В. Приоритизация инструментов адаптации сотрудников в организации / Л. В. Лазарев, Е. А. Колесниченко // *Лидерство и менеджмент*. — 2025. — Т. 12. — № 4. — С. 935–944.
11. Петрова, Д. С. Управление деятельностью страховых компаний: содержание, функции, ключевые показатели / Д. С. Петрова, И. Н. Корабейников, О. А. Корабейникова // *Экономика, предпринимательство и право*. — 2021. — Т. 11. — № 10. — С. 2329–2342.
12. Умнов, В. А. Роль и перспективы развития HR-аналитики как профессионального направления в управлении персоналом организации / В. А. Умнов // *Лидерство и менеджмент*. — 2025. — Т. 12. — № 3. — С. 545–560.
13. Фурсова, П. В. Управление талантами и страховой бизнес: ожидания и реальность / П. В. Фурсова // *Global and Regional Research*. — 2022. — Т. 4. — № 1. — С. 90–96.
14. Черняков, М. К. Цифровизация управления персоналом: современные тенденции и вызовы для российских предприятий / М. К. Черняков, И. А. Чернякова // *Сибирский журнал экономических и бизнес-исследований*. — 2025. — Т. 14. — № 2. — С. 166–186.
15. Ярышина, В. Н. Адаптация работников на предприятии как условие повышения эффективности их труда / В. Н. Ярышина // *Экономика, предпринимательство и право*. — 2024. — Т. 14. — № 10. — С. 6011–6032.

Диагностика и формирование организационной культуры и ее роли в стратегическом развитии организации

Шустова Юлия Васильевна, студент магистратуры
Московский финансово-юридический университет МФЮА

В современном мире успешное развитие любой организации во многом определяется ее внутренней культурой, которая формирует ценности, нормы поведения и корпоративную идентичность сотрудников. Объектом исследования является организационная культура — совокупность ценностей, убеждений и практик, присущих конкретной орга-

низации, а предметом — диагностика и формирование этой культуры, а также ее роль в стратегическом развитии организации. Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях динамично меняющейся внешней среды и высокой конкуренции эффективное управление организационной культурой становится ключевым фактором достижения стратегических целей, повышения конкурентоспособности и устойчивости организации.

Ключевые слова: организационная культура, стратегический менеджмент, организация, стратегическое управление.

Проблематика исследования заключается в необходимости выявления взаимосвязи между организационной культурой и стратегическим развитием, а также в изучении методов и инструментов для ее диагностики и формирования. В условиях недостаточной осведомленности руководителей и HR-специалистов о роли культуры в стратегическом управлении возникает риск неэффективного использования потенциала организационной культуры для достижения стратегических целей.

Цель данной работы — исследовать влияние организационной культуры на стратегическое развитие организации, изучить модели организационной культуры и ее влияние на работу организации. Реализация данной программы позволит не только повысить уровень управленческой компетентности в области организационной культуры, но и обеспечить более эффективное стратегическое развитие организации, что особенно актуально в условиях современной экономики, характеризующейся высокой конкуренцией и постоянными изменениями.

Организационная культура представляет собой совокупность ценностей, убеждений, норм, традиций и обычаев, которые формируют уникальную атмосферу внутри организации и определяют ее внутреннюю и внешнюю идентичность. Это невидимый, но мощный фактор, влияющий на поведение сотрудников, характер управления руководством, коммуникацию и принятие решений. В широком смысле организационная культура отражает то, как в организации воспринимают свою миссию, цели и способы их достижения, а также то, каким образом взаимодействуют между собой участники процесса.

В связи с этим, специалисты в области управления человеческими ресурсами должны обладать компетенциями, позволяющими им формулировать и определять миссию организации, решать вопросы диагностики и развития организационной культуры компании, использования актуальных методик подбора персонала в соответствии с типом организационной культуры, применять эту информацию при разработке и совершенствовании стратегии управления человеческими ресурсами [1, с.1].

Ключевыми характеристиками организационной культуры являются ее ценностная база, которая определяет приоритеты и нормы поведения; уровень формальности и гибкости, отражающий степень регламентации процессов и свободы действий сотрудников; а также степень вовлеченности и мотивации персонала. Ценности, лежащие в основе культуры, могут быть ориентированы на инновации, качество, командную работу, ориентацию на клиента или результат. Они служат руководством к действию и формируют общие представления о том, что

считается допустимым и желательным в организации. Высокая степень согласованности способствует формированию сильной культуры, которая объединяет сотрудников и способствует достижению стратегических целей.

Общая характеристика организационной культуры включает ее динамичность и способность к развитию. В условиях постоянных изменений внешней среды культура должна быть достаточно гибкой, чтобы адаптироваться к новым условиям, при этом сохраняя внутреннюю целостность и идентичность организации.

Таким образом, организационная (корпоративная) культура — это система разделяемых трудовым коллективом ценностей, убеждений, верований, норм, традиций, которые определяют соответствующий стереотип поведения людей в сфере трудовой деятельности. Организационная культура выражает уровень социальной интегрированности и профессиональной зрелости трудового коллектива в процессе достижения целей организации [1, с.3].

Для определения текущего состояния организационной культуры в организации существуют модели диагностики организационной культуры, — это концептуальные и практические инструменты для оценки текущего состояния культуры, её соответствия стратегии организации, а также для выявления сильных и слабых сторон, потенциальных проблем и возможностей развития. Они могут включать как количественные, так и качественные методы анализа [2].

Существует множество моделей, каждая из которых ориентирована на определенные аспекты культуры и использует различные методы сбора и интерпретации данных.

Одной из наиболее известных и широко применяемых моделей является модель Эдгара Шейна, которая включает три уровня организационной культуры: артефакты и проявления, ценности и убеждения, основные предположения. На первом уровне рассматриваются видимые элементы культуры — символы, ритуалы, поведенческие нормы, оформление рабочего пространства. Эти проявления легко заметить, однако они не всегда дают полное представление о глубинных ценностях и убеждениях, лежащих в основе поведения сотрудников. Второй уровень включает ценности и убеждения, которые определяют, почему в организации действуют именно так, а не иначе. Третий уровень — основные предположения, скрытые и зачастую бессознательные, формируют ядро культуры и оказывают наибольшее влияние на поведение участников организации. Модель Шейна позволяет комплексно оценить уровень осознанности и глубины куль-

турных ценностей, а также выявить возможные противоречия между уровнями [3].

Модель О'Рейли и Тагу, основанная на концепции «культурных типов», выделяет четыре основных типа организационной культуры: культуры согласия, культуры участия, культуры развития и культуры власти. Каждому типу соответствуют определенные ценности, стиль руководства и поведенческие модели. Диагностика по этой модели включает оценку доминирующего типа культуры в организации, а также анализ возможности и необходимости его изменения для достижения стратегических целей. Такой подход помогает определить, какие культурные изменения необходимы для повышения эффективности, инновационности или адаптивности организации.

Еще одним важным инструментом является модель корпоративной культуры Камерона — Куинна, которая включает диагностику по нескольким параметрам, таким как ориентация на внутренние процессы, ориентация на результат, ориентация на инновации и ориентацию на сотрудников. Использование модели Камерона — Куинна позволяет получить следующие представления об организационной культуре компании: какова доминирующая культура организации; насколько культура организации ориентирована на рынок, насколько она иерархична и насколько инновационна компания; какова степень разрыва между существующей и предпочитаемой организационной культурой. Применение модели помогает осознать роль организационной культуры как значимого фактора успеха компании [4].

В современных условиях широко используются методы комплексной диагностики, сочетающие качественные и количественные подходы. Например, анкетирование сотрудников с использованием стандартизированных опросников позволяет получить количественные показатели уровня согласия с ценностями и нормами, а интервью и фокус-группы дают возможность углубленного понимания внутренней динамики и восприятия культуры. Анализ документов, таких как корпоративные политики, миссия и ценности, помогает сопоставить заявленные ценности с реальной практикой. Наблюдение за поведением сотрудников и руководства позволяет выявить проявления культуры в повседневной деятельности.

Эффективная диагностика организационной культуры требует системного подхода и учета специфики конкретной организации. Использование различных моделей и методов позволяет получить комплексное представление о культуре, выявить потенциальные противоречия и сформировать рекомендации по ее развитию в соответствии с целями организации. В результате такой диагностики можно не только понять текущий уровень и характер культуры, но и разработать стратегию ее формирования и укрепления, что способствует повышению конкурентоспособности и устойчивости организации в условиях постоянных изменений внешней среды.

Организационная культура играет важную роль в формировании стратегического развития организации, яв-

ляясь неотъемлемым элементом ее внутренней среды и определяя особенности поведения сотрудников, стиль руководства и общие ценности. В условиях современного динамичного рынка, когда организации сталкиваются с постоянными изменениями, конкуренцией и необходимостью адаптации, культура становится ключевым фактором, обеспечивающим устойчивость и конкурентоспособность. Она влияет на процессы принятия решений, уровень инновационности, качество взаимодействия внутри коллектива и с внешней средой, а также на способность организации реализовывать стратегические цели.

Одним из важнейших аспектов роли организационной культуры является ее влияние на стратегическую адаптацию. Организация с гибкой и инновационной культурой легче реагирует на изменения внешней среды, внедряет новые технологии, развивает новые продукты и услуги, а также быстрее приспосабливается к рыночным условиям. В то же время, культура, основанная на строгих правилах и традициях, может стать препятствием для внедрения новшеств и тормозить развитие. Поэтому понимание и управление культурой позволяют стратегическим руководителям создавать условия для эффективной адаптации и развития, формируя внутренние предпосылки для достижения стратегических целей.

«Во-первых, проблемы выживания группы во внешней среде, описанные в этой главе, обычно не могут не волновать руководителя, поскольку именно он создает группу и стремится к успеху ее деятельности. Если же группа существует дольше, чем руководитель находится у власти, то такой руководитель обычно является ее же выдвиженцем, призванным решать проблемы внешнего управления, жизнедеятельности и развития. Во-вторых, эффективное управление названными функциями обычно является основой для оценки деятельности руководителя. Если он не может создать жизнеспособной группы, значит он несостоятелен как руководитель. Внутренние разногласия в этом смысле считаются простительными, нарушение же внешних функций организации обычно приводит к увольнению или к переизбранию руководителя. От него ждут прежде всего решения общих проблем существования группы». [5, с. 49].

Роль организационной культуры в стратегическом развитии проявляется также через ее влияние на лидерство и управление. Лидеры, которые разделяют ценности и нормы культуры, могут более эффективно коммуницировать стратегические цели, мотивировать сотрудников и создавать условия для их реализации. В условиях изменений и кризисных ситуаций сильная культура помогает сохранять стабильность и единство, обеспечивая преемственность и устойчивость.

Также, в условиях современного бизнеса важно развивать лидерские компетенции, повышать осознанность руководителей и сотрудников в вопросах формирования и поддержки культуры, а также внедрять инновационные подходы к управлению ценностями и нормами. Это способствует созданию устойчивой, гибкой и ориентиро-

ванной на развитие организации, способной успешно реагировать на вызовы времени.

Следует обратить внимание на роль руководства в построении организационной культуры любой организации. Как отмечает Эдгар Шейн «Поскольку инициатива обычно принадлежит лидеру, мы будем рассматривать процесс формирования культуры с точки зрения того, как лидер может использовать свою власть для распространения свойственных ему представлений. Механизмы такого рода различаются между собой по таким отдельным измерениям: (1) насколько велика их эффективность; (2) насколько имплицитные (неопределенные) или эксплицитные (определенные) сообщения они передают; (3) насколько они преднамерены или неосознаны». [5].

Диагностика и управление организационной культурой являются важными инструментами стратегического менеджмента. Эффективное управление культурой

способствует формированию стратегической гибкости, инновационной среды и высокой мотивации сотрудников, что в конечном итоге обеспечивает достижение стратегических целей и повышение конкурентоспособности.

Таким образом, организационная культура является мощным инструментом стратегического развития, влияя на все уровни функционирования организации. Ее формирование и развитие требуют системного подхода и постоянного внимания со стороны руководства. Умение управлять культурой, интегрировать ее с стратегическими задачами и адаптировать к изменениям внешней среды позволяет организациям не только выживать в условиях конкуренции, но и достигать устойчивого роста и развития. В конечном итоге, сильная и целенаправленная культура становится основой для реализации стратегического потенциала организации и ее долгосрочного успеха.

Литература:

1. Беликова И. Организационная культура. — Учебное пособие. ФГБОУ ВПО Ставропольский государственный аграрный университет, 2013.
2. Магомедов М. А., Адблатипов Г. Ш., Магомедова М. А. Организационная культура: ключ к успеху и эффективному управлению компанией [Электронный ресурс] // cyberleninka.ru — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnaya-kultura-klyuch-k-uspehu-i-effektivnomu-upravleniyu-kompaniy/viewer>
3. Герасимов К. Б., Озернов Р. С. Влияние организационной культуры на инновационное поведение персонала [Электронный ресурс] // cyberleninka.ru — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-organizatsionnoy-kultury-na-innovatsionnoe-povedenie-personala/viewer>
4. Модель культуры Камерона — Куинна. Большая российская энциклопедия [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://bigenc.ru/c/model-kul-tury-kamera-na-kuinna-20fbc5>
5. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство. — СПб: Питер, 2009.

Акция как корпоративная ценная бумага

Юзбашян Алеся Сасуновна, студент;
Сурхаева Ева Федаровна, студент;
Погосян Элен Артаковна, студент;
Богатырь Екатерина Руслановна, студент;
Перепелица Диана Андреевна, студент;
Ильина Софья Вениаминовна, студент

Колледж многоуровневого профессионального образования РАНХиГС при Президенте РФ (г. Москва)

Статья раскрывает сущность акций как финансового инструмента — их виды (обыкновенные, привилегированные и др.), правовую основу, механизмы оценки стоимости, дивидендную политику, налогообложение и регулирование рынка в России. Акции представлены как ключевой механизм привлечения капитала компаниями и получения дохода инвесторами, обеспечивающий взаимосвязь бизнеса и сбережений в экономике.

Введение

В современной экономике акции выступают ключевым инструментом корпоративного финансирования и инвестирования. Они позволяют компаниям привлекать капитал для развития бизнеса, а инвесторам — участвовать в успехе предприятий и получать доход в виде дивидендов и прироста стоимости активов. Разберём подробно сущность акций, их виды, права акционеров, механизмы ценообразования и регулирования рынка

Акция — это эмиссионная ценная бумага, закрепляющая комплекс прав её владельца (акционера) по отношению к акционерному обществу (АО). Согласно российскому законодательству (ФЗ «О рынке ценных бумаг» № 39ФЗ и ФЗ «Об акционерных обществах» № 208ФЗ), акция удостоверяет долю владельца в уставном капитале АО, право на получение части прибыли в виде дивидендов, право на участие в управлении обществом и право на часть имущества при ликвидации компании

Ключевыми признаками акции как ценной бумаги являются эмиссионность — акции выпускаются сериями с одинаковыми правами внутри выпуска; именность — владелец регистрируется в реестре акционеров; долевая природа — акция отражает долю в уставном капитале; бессрочность — акция действует до ликвидации АО; ограниченная ответственность — риск акционера ограничен стоимостью принадлежащих ему акций.

Акции выполняют несколько важных функций в экономике. Инвестиционная функция позволяет компаниям привлекать долгосрочный капитал без обязательств по возврату и фиксированным выплатам (в отличие от кредитов). Распределительная функция распределяет собственность и контроль над компаниями между акционерами. Информационная функция проявляется в том, что рыночная цена акций отражает состояние компании и ожидания инвесторов. Стимулирующая функция мотивирует акционеров и менеджмент к эффективной работе за счёт дивидендов и роста стоимости акций. Контрольная функция связана с влиянием структуры акционерного капитала на управление компанией.

Анализ эмиссионной деятельности и рыночной стоимости акций Сбербанк и Альфа-Банка за последние пять лет демонстрирует два принципиально разных пути развития корпоративного управления на российском финансовом рынке. Сбербанк, будучи зрелым публичным игроком с максимальной долей акций в свободном обращении (free-float), не проводил новых первичных размещений (IPO) в рассматриваемом периоде, так как его капитал уже был полностью сформирован и представлен на бирже. Основной фокус банка был направлен на адаптацию к санкционному давлению: ключевым событием стал масштабный обратный выкуп акций у нерезидентов из «недружественных» стран через механизм выделения заблокированных активов. Это кардинально изменило структуру владения, но не увеличило количество бумаг в обращении. Динамика котировок обыкновенных акций (тикер SBER) за этот период была крайне волатильной: после периода стабильности в 2021 году, когда цена колебалась в диапазоне 280–370 рублей, во второй половине 2022 года последовал резкий обвал ниже отметки в 90 рублей на фоне блокировки инфраструктуры НРД. Последующее восстановление было обусловлено рекордными финансовыми результатами эмитента и ростом интереса со стороны внутренних инвесторов, что позволило акциям вернуться в коридор 240–290 рублей.

Публичное акционерное общество «Сбербанк России» (ПАО Сбербанк)

Сбербанк является системообразующим банком страны и лидером по капитализации на российском фондовом рынке. За последние 5 лет банк не проводил новых первичных публичных размещений (IPO), так как уже являлся публичной компанией. Основной объем акций находится в свободном обращении (free-float).

Однако стоит отметить масштабный обратный выкуп акций (buyback) у нерезидентов из «недружественных» стран через механизм выделения заблокированных активов в отдельную структуру. Это событие существенно повлияло на структуру владения, но не увеличило количество акций в обращении.

Параметр	Значение
Тикер на Мосбирже	SBER
Тип акций	Обыкновенные (SBER) и Привилегированные (SBERP)
Эмиссия за 5 лет	Новые выпуски не проводились. Проводились программы обратного выкупа
Диапазон цен (май 2021 — май 2026)	~90 руб. (минимум) — ~370 руб. (максимум)
Текущая рыночная стоимость (на конец мая 2026)*	~270 руб.

В отличие от Сбера, Альфа-Банк исторически имел иную структуру собственности и долгое время оставался непубличным обществом, чьи акции не торговались на открытом рынке. Ключевым событием для него стало решение о выходе на биржу. В 2024 году банк провел процедуру листинга своих глобальных депозитарных расписок (ГДР), фактически сделав свои бумаги доступными для широкого круга российских инвесторов. Хотя технически это был листинг уже существующих инструментов, для рынка это событие сопоставимо с IPO, поскольку оно значительно повысило прозрачность и ликвидность актива. История публичных торгов этих бумаг короче, чем у Сбера, но также характеризуется высокой динамикой. После уверенного старта в конце 2024 года котировки показали значительный рост, реагируя на сильные финансовые показатели и изменения в структуре акционеров, достигнув исторических максимумов

в районе 450 рублей и закрепившись в последующие месяцы на уровне около 380 рублей. Таким образом, если Сбер прошел путь адаптации и восстановления публичной формы, то Альфа-Банк совершил стратегический переход к ней, открыв новую главу в своей истории и предоставив инвесторам новый качественный инструмент.

Акционерное общество «Альфа-Банк»

Альфа-Банк исторически имел иную структуру собственности и долгое время оставался непубличным обществом. Ключевым событием последних лет стало решение о выходе на публичный рынок капитала.

Эмиссионная деятельность: В 2024 году АО «Альфа-Банк» провело процедуру листинга своих глобальных депозитарных расписок (ГДР) на Московской бирже, фактически сделав свои бумаги доступными для широкого круга российских инвесторов. Хотя технически это был листинг уже существующих бумаг, для рынка это событие стало знаковым, сопоставимым с IPO, так как повысило прозрачность и ликвидность актива.

Параметр	Значение
Статус до 2024 г	Непубличное акционерное общество
Ключевое событие	Листинг ГДР на Московской бирже (2024 г.)
Тикер на Мосбирже	ALFDR (или ALFA, в зависимости от инструмента)
Диапазон цен (с момента листинга до мая 2026)	~250 руб. (старт) — ~450 руб. (исторический максимум)
Текущая рыночная стоимость (на конец мая 2026)*	~380 руб

Заключение

Подводя итог, можно заключить, что проведённый анализ подтверждает фундаментальную роль акций как ключевого инструмента корпоративного финансирования и инвестирования в современной экономике. Акция, представляя собой эмиссионную именную ценную бумагу, не только закрепляет за владельцем комплекс имущественных и управленческих прав, но и выполняет важнейшие экономические функции: от мобилизации долгосрочного капитала для компаний до распределения собственности и контроля среди инвесторов. Российский рынок акций, функционирующий в условиях беспрецедентной волатильности последних лет, продемонстрировал высокую адаптивность, а его динамика стала наглядным отражением трансформации всей финансовой системы страны.

Сравнительный анализ двух крупнейших банковских институтов — Сбербанка и Альфа-Банка — наглядно иллюстрирует два различных вектора развития корпоративного управления на публичном рынке. Сбербанк, будучи зрелым эмитентом с максимальной долей акций в свободном обращении, прошёл путь адаптации к новым реалиям. Его стратегия была направлена не на привлечение нового капитала через IPO, а на консолидацию базы внутренних инвесторов и решение проблемы заблокированных активов нерезидентов, что кардинально изменило структуру владения без увеличения количества бумаг в обращении. Котировки банка показали экстремальную волатильность, рухнув под давлением санкций и восстановившись благодаря рекордным финансовым результатам, что свидетельствует о жизнеспособности бизнес-модели лидера сектора.

В то же время Альфа-Банк совершил стратегический переход из статуса непубличного общества в ранг полноценного участника биржевых торгов. Процедура листинга глобальных депозитарных расписок в 2024 году стала для него знаковым событием, сопоставимым с IPO. Этот шаг значительно повысил прозрачность и ликвидность актива, открыв банку доступ к капиталу широкого круга российских инвесторов и предоставив им новый качественный инструмент. История публичных торгов ГДР Альфа-Банка, хоть и короче, характеризуется уверенным стартом и значительным ростом, подтверждая высокий интерес рынка к частным банковским активам. Таким образом, если Сбербанку удалось успешно восстановить свою стоимость после шока, то Альфа-Банк открыл новую главу в своей истории, совершив качественный скачок в развитии корпоративного управления.

Литература:

1. О рынке ценных бумаг: Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ (ред. от 08.01.2026).
2. Об акционерных обществах: Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ.
3. Жуков Е. Ф. Рынок ценных бумаг: учебное пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021. — 567 с.
4. Галанов В. А. Рынок ценных бумаг: учебник. — М.: Финансы и статистика, 2022. — 320 с.
5. Московская биржа. Статистика частных инвесторов и котировок за 2020–2026 гг. — М., 2026.
6. Обзор финансовой стабильности. IV квартал 2024 года / Центральный банк Российской Федерации. — М.: Банк России, 2024.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Влияние потребительского опыта пациента на лояльность к частной медицинской организации

Андреева Анастасия Андреевна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В статье рассматривается связь потребительского опыта пациента с лояльностью к частной медицинской организации. Материалом стали научные работы о клиентском и пациентском опыте, нормативные акты Российской Федерации и три интервью с пациентами частных клиник. Цель исследования — выделить элементы пациентского маршрута, связанные с доверием, повторным обращением и готовностью рекомендовать клинику. Анализ показал, что лояльность поддерживают понятные объяснения врача, уважительное общение, удобная запись, соблюдение времени приема, прозрачная цена и связь после визита.

Ключевые слова: потребительский опыт пациента, лояльность пациента, частная медицина, доверие, врачебная коммуникация, пациентский маршрут.

Постановка проблемы

Частная медицина развивается в конкурентной среде, где пациент оценивает путь обращения от поиска сведений до связи после визита. На выбор клиники влияют репутация врача, цена, расположение, удобство записи, отзывы, понятность сайта и ожидание уважительного общения. Сбой на любом участке маршрута снижает доверие, даже при положительной оценке медицинского специалиста.

Медицинская услуга связана с высокой информационной асимметрией. Пациент редко способен проверить медицинское решение в момент приема и вынужден судить о надежности клиники по доступным признакам: спокойной речи врача, готовности отвечать на вопросы, прозрачности счета, чистоте помещения, точности документов и доступности результатов. Лояльность в частной медицине нельзя сводить к разовой удовлетворенности.

Федеральный закон № 323-ФЗ определяет пациента лицом, которому оказывается медицинская помощь либо которое обратилось за ее получением, а медицинскую услугу — медицинским вмешательством или комплексом вмешательств с самостоятельным законченным значением [1]. Цель статьи состоит в выявлении элементов потребительского опыта пациента, связанных с формированием лояльности к частной медицинской организации.

Теоретическая основа

В маркетинговой литературе customer experience описывает последовательность прямых и косвенных контактов клиента с организацией [4, р. 69–96]. Для медицины ближе понятие patient experience, где внимание направлено на восприятие пациента во время прохождения помощи [8, р. 7–19]. В платной клинике пациентский опыт соединяет медицинскую коммуникацию, организационную точность, цифровую доступность, ясность цены и ощущение безопасности.

Под потребительским опытом пациента понимается совокупность познавательных, эмоциональных, поведенческих и оценочных реакций, возникающих до визита, во время оказания услуги и после обращения. Подход к пациентскому маршруту позволяет увидеть, где появляется доверие или сомнение: при чтении отзывов, записи, ожидании, разговоре с врачом, оплате, получении результатов либо последующей связи.

Удовлетворенность, воспринимаемое качество, доверие и лояльность требуют раздельного анализа. Удовлетворенность отражает сопоставление ожиданий с фактическим опытом. Воспринимаемое качество связано с наблюдаемыми признаками услуги, что соответствует логике SERVQUAL [5, р. 12–40]. Доверие показывает готовность полагаться на врача и клинику при нехватке профессионального знания. Лояльность проявляется через повторный

выбор, рекомендацию и устойчивость решения при наличии альтернатив [6, р. 33–44; 7, р. 46–54]. Российские исследования медицинского маркетинга подтверждают значение коммуникации, понятности услуги и организационной надежности клиники [2, с. 548–552; 3, с. 21–30].

Материалы и результаты

Эмпирическая часть основана на трех качественных интервью с пациентами частных медицинских организаций. Гайд был построен вокруг маршрута пациента: выбор клиники, запись, ожидание, прием, стоимость, контакт после визита и намерение обратиться повторно. Материалы не претендуют на статистическую репрезентативность, но помогают уточнить язык пациентов и подготовить анкетные переменные.

Респондент R1 описал повторное обращение в знакомую клинику по ДМС. Выбор поддерживали расположение и многолетняя привычка, но отсутствие онлайн-записи и неполный доступ к результатам снижали оценку. Респондент R2 пришел в новую клинику после изучения рейтинга, отзывов и сайта. Положительное первое впечатление сформировали запись без трудностей, спокойный ресепшен, отсутствие спешки на приеме и понятные объяснения врача. Респондент R3 выбрал клинику по рекомендации знакомого, дополнительно проверив сведения о враче, цену и публичные материалы специалиста. Доверие усилили отсутствие навязывания, экономия времени, памятки и контакт для уточнений.

Сравнение интервью показывает разный механизм лояльности. У повторного пациента устойчивость выбора поддерживают привычный маршрут и близкое расположение клиники, хотя цифровые ограничения остаются зоной риска. У первичного пациента доверие возникает быстрее, если сайт, запись, ресепшен и прием подтверждают ожидания. У пациента, пришедшего по рекомен-

дации, решающим становится подтверждение репутации врача через реальное поведение специалиста.

Наиболее сильным фактором во всех интервью стала врачебная коммуникация. Пациенты оценивали уверенность речи, готовность объяснять назначения обычным языком, отсутствие раздражения при вопросах и участие в ситуации пациента. Высокая оценка ресепшена и интерьера усиливала комфорт, но не заменяла доверие к врачу. Цена воспринималась через прозрачность и справедливость: респондентов меньше раздражала высокая сумма, чем риск неожиданных доплат или лишних процедур. Связь после приема — памятки, SMS, личный кабинет и возможность уточнить вопрос — снижала тревожность и поддерживала намерение обращаться повторно.

Итоги исследования

По материалам интервью установлено, что пациенты связывают готовность вернуться в частную клинику прежде всего с понятным разговором с врачом, уважительным отношением персонала, удобной записью, предсказуемым ожиданием, ясной стоимостью услуги и доступной связью после приема. Значение имеет не отдельный приятный эпизод, а согласованность всего обращения: пациент заранее понимает условия визита, быстро попадает к специалисту, получает объяснение без медицинской неопределенности и после оплаты не остается один на один с назначениями. Доверие снижается при задержках, отсутствии онлайн-записи, необходимости самостоятельно разбираться с результатами, резком росте цены или ощущении навязывания дополнительных услуг. Поэтому лояльность в частной медицине опирается на практическое подтверждение надежности клиники — врач объясняет, администратор помогает, цена понятна, маршрут не требует лишних уточнений, а пациент чувствует уважение к своему времени и состоянию.

Литература:

1. Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации.
2. Аксенова Е. И., Зудин А. Б. Маркетинг медицинских организаций: инструменты привлечения и удержания пациентов // Вестник Авиценны. — 2020. — Т. 22, № 4. — С. 548–552.
3. Новиков А. Л., Соловьева Т. В. Влияние уровня лояльности пациентов к медицинской организации на экономические показатели ее деятельности // Менеджер здравоохранения. — 2022. — № 6. — С. 21–30.
4. Lemon K. N., Verhoef P. C. Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey // Journal of Marketing. — 2016. — Vol. 80, No. 6. — P. 69–96.
5. Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality // Journal of Retailing. — 1988. — Vol. 64, No. 1. — P. 12–40.
6. Oliver R. L. Whence Consumer Loyalty? // Journal of Marketing. — 1999. — Vol. 63. — P. 33–44.
7. Reichheld F. F. The One Number You Need to Grow // Harvard Business Review. — 2003. — Vol. 81, No. 12. — P. 46–54.
8. Wolf J. A., Niederhauser V., Marshburn D., LaVela S. L. Defining Patient Experience // Patient Experience Journal. — 2014. — Vol. 1, No. 1. — P. 7–19.

Совместный маркетинг в условиях цифровых бизнес-экосистем

Гао Цзюньвэй, студент магистратуры

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы (г. Москва)

Ключевые слова: совместный маркетинг, бизнес-экосистема, цифровые платформы, брендовое взаимодействие.

Введение

За последние годы характер конкуренции на многих рынках заметно изменился. Всё большее значение приобретает не только способность компании создавать качественные продукты, но и её умение выстраивать эффективное взаимодействие с партнёрами, платформами и потребителями. Особенно ярко эта тенденция проявляется в цифровой экономике, где ценность формируется в рамках взаимосвязанных бизнес-экосистем.

В этих условиях возрастает роль совместного маркетинга как инструмента объединения ресурсов и маркетинговых возможностей различных участников рынка. Современная практика показывает, что совместный маркетинг охватывает не только рекламную деятельность, но и брендовое сотрудничество, развитие цифровых сервисов, управление данными и формирование единого пользовательского опыта. Опыт ведущих технологических компаний подтверждает, что именно эффективное взаимодействие внутри экосистемы всё чаще становится важным фактором конкурентоспособности бизнеса.

Теоретические основы совместного маркетинга

Ко-маркетинг рассматривается как формальная связь между двумя или более бизнесами, совместно продающими товары друг друга. [1] В отличие от классической модели маркетинга, ориентированной преимущественно на самостоятельное продвижение товаров и услуг, совместный маркетинг основывается на принципах партнерства, синергии и совместного создания потребительской ценности.

Формирование концепции совместного маркетинга связано с эволюцией маркетинговой науки во второй половине XX века. Первоначально маркетинг рассматривался как совокупность инструментов стимулирования сбыта и управления рыночным обменом. Однако уже в 1930-х годах в научной литературе начали появляться исследования, посвящённые межфирменным отношениям как важному элементу рыночного взаимодействия. Существенное развитие данное направление получило в 1950–1960-х годах, когда исследователи стали рассматривать сотрудничество между предприятиями как фактор повышения рыночной устойчивости. [2]

С практической точки зрения совместный маркетинг реализуется через различные формы сотрудничества: ко-брендинг, кросс-маркетинг, партнёрские программы лояльности. [3] Наиболее распространённой является ко-брендинг, предполагающий объединение нескольких брендов для продвижения единого продукта или совмест-

ного предложения. Данная форма позволяет компаниям усиливать восприятие бренда, расширять потребительскую аудиторию и снижать маркетинговые издержки.

Совместный маркетинг в условиях цифровых бизнес-экосистем

Появление цифровых платформ сильно поменяло то, как компании и потребители взаимодействуют друг с другом. Раньше, в традиционной экономике, большинство маркетинговых процессов строилось вокруг отдельного продукта или бренда. А в цифровой среде на первый план выходит комплексный пользовательский опыт. Поэтому концепция бизнес-экосистем и получила такое широкое распространение в последние годы.

Что обычно понимают под бизнес-экосистемой? В соответствии с определением Дж. Мура бизнес-экосистемы представляют собой динамичные и совместно развивающиеся сообщества, состоящие из разнообразных субъектов, создающих и получающих новое содержание в процессе как взаимодействия, так и конкуренции. [4] В отличие от классических рыночных структур, экосистема предполагает не только конкуренцию, но и сотрудничество между участниками.

Развитие экосистем — один из самых заметных трендов современной экономики. Компании стараются добавлять вокруг своих продуктов дополнительные сервисы, привлекать партнёров, которые могут расширить функциональность платформ. В итоге для потребителя формируется единое пространство, где разные продукты и услуги дополняют друг друга.

В таких условиях совместный маркетинг наполняется новым смыслом. Если раньше его главная задача сводилась к совместным рекламным акциям, то теперь он становится механизмом, который координирует деятельность участников экосистемы. По сути, маркетинг начинает играть интеграционную роль, обеспечивая согласованность действий разных игроков.

Так что в цифровой экономике совместный маркетинг постепенно перестаёт быть просто отдельным инструментом продвижения и становится одним из элементов управления бизнес-экосистемой.

Основные механизмы совместного маркетинга в цифровой среде

Если посмотреть на практику, в современных экосистемах можно выделить несколько самых распространённых механизмов совместного маркетинга.

Первый — брендовое взаимодействие. Суть в том, чтобы использовать репутационные ресурсы нескольких компаний или продуктовых линий для создания дополнительной ценности. В результате положительное восприятие одного бренда подтягивает доверие и к другим элементам экосистемы.

Брендовое взаимодействие может выглядеть по-разному. Самый известный вариант — совместный выпуск продуктов или кобрендинговые проекты. Но в цифровых экосистемах этот механизм часто усложняется и охватывает сразу несколько категорий товаров и услуг.

Второй важный механизм — интеграция каналов коммуникации. Современный потребитель пользуется разными способами общения с брендом: мобильные приложения, соцсети, маркетплейсы, обычные магазины, сервисные центры. Если эти каналы работают сами по себе, эффективность маркетинга падает. Поэтому компании и стремятся создать единое коммуникационное пространство, которое обеспечивает непрерывность контакта с клиентом.

Третий механизм — совместное использование пользовательских данных. Цифровые технологии дают компаниям возможность собирать огромные объёмы информации о поведении клиентов. Анализируя эти данные, можно лучше понимать потребности аудитории, прогнозировать предпочтения и предлагать более релевантные товары.

Надо сказать, что сегодня данные становятся одним из ключевых ресурсов цифровой экономики. В ряде случаев они ценнее, чем традиционные материальные активы. Так что то, насколько эффективно компании обмениваются информацией внутри экосистемы, напрямую влияет на результаты совместного маркетинга.

Отдельно стоит сказать про формирование пользовательских сообществ. Многие цифровые компании активно используют обратную связь, вовлекая клиентов в обсуждение новых продуктов и сервисов. В итоге пользователи перестают быть просто объектом маркетингового воздействия — они становятся активными участниками создания ценности.

Все эти механизмы вместе позволяют выстраивать устойчивые связи между участниками экосистемы и добиваться синергетического эффекта.

Практика применения совместного маркетинга в современных компаниях

Один из самых известных примеров экосистемного подхода — компания Xiaomi. [5] За довольно короткий срок она прошла путь от производителя смарт-

фонов до крупной технологической платформы, которая объединяет мобильные устройства, решения для интернета вещей, бытовую технику и даже автомобильные технологии.

Важная особенность развития Xiaomi — активное использование совместного маркетинга внутри собственной экосистемы. При помощи mihome компания шаг за шагом выстраивала систему взаимодействия между разными брендами, цифровыми сервисами и партнёрами. Благодаря этому каждый новый продукт усиливал ценность уже существующих элементов экосистемы. [6]

Похожий подход — у Apple. [7] Здесь синергия достигается за счёт глубокой интеграции устройств, программного обеспечения и сервисов. Пользователь, купивший один продукт компании, постепенно втягивается в использование других решений. А это укрепляет лояльность и повышает пожизненную ценность клиента.

Интересный пример — Tesla. [8] Хотя компания известна в первую очередь как производитель электромобилей, её стратегия во многом строится вокруг создания единой экосистемы, куда входят программное обеспечение, энергетические решения и цифровые сервисы. В данном случае маркетинговая ценность формируется не отдельной машиной, а всей системой взаимосвязанных продуктов.

Опыт ведущих технологических компаний показывает: совместный маркетинг способен давать устойчивые конкурентные преимущества в быстро меняющейся рыночной среде. Поэтому его значение продолжает расти по мере развития цифровых платформ и экосистемных моделей бизнеса.

Заключение

Проведённое исследование показало, что совместный маркетинг является важным инструментом развития современных бизнес-экосистем. В условиях цифровой экономики его значение выходит за рамки традиционного продвижения товаров и услуг и охватывает процессы взаимодействия между компаниями, цифровыми платформами и потребителями.

Анализ современных практик позволяет сделать вывод о том, что совместный маркетинг способствует повышению эффективности маркетинговой деятельности, укреплению потребительской лояльности и формированию устойчивых конкурентных преимуществ. В перспективе его роль будет возрастать благодаря дальнейшему развитию цифровых технологий, искусственного интеллекта и экосистемных моделей бизнеса.

Литература:

1. Boon, L. Contemporary Marketing / L. Boon, D. L. Kurtz. Cengage Learning, 2007. 784 с
2. Совместный маркетинг: теория и практика применения белорусскими компаниями / Власюк Ю. А., Хватик М. В. — Вестник Брестского государственного технического университета. 2016. № 3–41с.

3. Капустина Л. М. Ко-брендинг в системе маркетинговых альянсов компаний: монография / Л. М. Капустина, Н. В. Хмелькова. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2010. — 209 с. — С. 110.
4. Кулапов, М. Н. Бизнес-экосистемы: определения, типологии, практики развития / М. Н. Кулапов, Е. И. Переверзева, О. Ю. Кириллова // Вопросы инновационной экономики. — 2022. — Т. 12, № 3. — С. 1597–1612. — DOI 10.18334/vinec.12.3.115234. — EDN RLKOFЕ.
5. 小米- Xiaomi // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/Xiaomi> – Дата доступа: 01.06.2026.
6. Mihome/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://mihome.uz/>– Дата доступа: 01.06.2026.
7. APPLE/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Apple?ysclid=mq6et2ihgc145195845> — Дата доступа: 01.06.2026.
8. Tesla — Википедия/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Tesla?ysclid=mq6f0f3g8a789448419> — Дата доступа: 01.06.2026.

Феномен очередей за впечатлениями как форма современного потребительского поведения в цифровой среде

Степанищева Лидия Егоровна, студент магистратуры
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В статье рассматривается феномен «очередей за впечатлениями» как форма современного потребительского поведения. Материалом стали научные работы по маркетингу и потребительскому поведению, три полуструктурированных интервью и онлайн-опрос 32 респондентов. Цель исследования — выявить факторы, формирующие готовность потребителей ожидать посещения популярных пространств. Показано, что очередь может выступать не только неудобством, но и сигналом востребованности, элементом социального доказательства и частью городского опыта.

Ключевые слова: экономика впечатлений, потребительский опыт, очередь, FOMO, социальное доказательство, социальные сети, символическое потребление.

Постановка проблемы

В современной потребительской культуре все большую значимость приобретает не только продукт, но и впечатление, сопровождающее его получение. Рестораны, кофейни, рор-уп пространства и брендовые мероприятия конкурируют через атмосферу, визуальную эстетику, эмоциональную вовлеченность и возможность дальнейшей репрезентации опыта в социальных сетях. В этих условиях очередь перестает быть только следствием высокого спроса и начинает выполнять символическую и маркетинговую функции.

Феномен «очередей за впечатлениями» проявляется в ситуациях, когда потребители готовы тратить время на ожидание ради участия в актуальном городском опыте. Объектом потребления становится не только еда, напиток или услуга, но и сама возможность быть частью популярного события. Очередь в таком случае выступает видимым подтверждением востребованности места и усиливает интерес к нему со стороны новых посетителей.

Цель статьи состоит в выявлении факторов, формирующих готовность потребителей стоять в очереди ради посещения популярных пространств. Для этого были рассмотрены теоретические подходы к экономике впечатлений, символическому потреблению, социальному дока-

зательству и FOMO, а также обобщены результаты пилотного исследования.

Теоретическая основа

Концепция экономики впечатлений Б. Пайна и Дж. Гилмора рассматривает впечатление как самостоятельную экономическую ценность, за которую потребитель готов платить [1]. В работах М. Холбрука и Э. Хиршмана потребление описывается как процесс, включающий не только рациональный выбор, но и чувства, удовольствие и фантазии [2]. С позиции experiential marketing бренд становится источником переживаний и ассоциаций, а не только набором функциональных характеристик [3].

Для анализа очередей важна также логика символического потребления. Ж. Бодрийяр отмечал, что в обществе потребления люди приобретают не только вещи, но и знаки, связанные со статусом и образом жизни [4]. В цифровой среде эта логика усиливается: посещение популярного места можно показать через фото, видео, отметку геолокации или отзыв. Поэтому ценность пространства формируется не только внутри самого визита, но и через его публичную демонстрацию.

Механизм социального доказательства объясняет, почему очередь может усиливать привлекательность места.

Согласно Р. Чалдини, в ситуации неопределенности люди ориентируются на поведение других и воспринимают популярность объекта как подтверждение его ценности [5]. Дополнительным фактором становится FOMO — страх упустить значимый опыт или тренд [6]. Вместе эти механизмы формируют готовность потребителя участвовать в ожидании, если оно воспринимается как путь к социально значимому опыту.

Материалы и результаты

Эмпирическая часть исследования включала три глубинных полуструктурированных интервью и онлайн-опрос 32 респондентов. Интервью проводились с двумя посетителями популярных заведений и управляющим пространством, возле которого регулярно формируются очереди. Опрос использовался как вспомогательный инструмент для выявления общих тенденций в отношении к ожиданию, социальным сетям и популярности заведений.

Результаты показали, что большинство участников уже имели опыт ожидания ради посещения популярного места: 21 из 32 респондентов ответили, что им приходилось стоять в очереди ради заведения или городского пространства. При этом готовность к длительному ожиданию ограничена: 17 человек готовы ждать 10–30 минут, 10 человек — до 10 минут, 3 человека — более 30 минут, а 2 респондента не готовы ждать вообще. Следовательно, очередь приемлема для потребителя только тогда, когда за ней стоит дополнительная ценность.

Наиболее значимыми мотивами ожидания стали уникальность места или продукта, рекомендации друзей, атмосфера и впечатления, а также эстетика пространства. Уникальное место или продукт выбрали 20 респондентов, рекомендации друзей — 15, атмосферу и впечатления — 13, эстетику — 12. Популярность места как самостоятельный фактор выбрали 8 человек. Это показывает, что очередь формируется не вокруг «хайпа» как такового, а вокруг ожидания особого опыта.

Отношение к очереди оказалось двойственным. В опросе 16 участников восприняли очередь как показатель популярности, 8 — как признак качества, 11 — нейтрально, а 10 — как неудобство или раздражающий фактор. В интервью респонденты также отмечали, что очередь одновременно может отталкивать и вызывать любопытство. Управляющий заведения подчеркивал, что очередь создает ощущение эксклюзивности и усиливает желание попасть в пространство.

Социальные сети оказались значимым механизмом формирования интереса. Средняя оценка их влияния составила 3,25 из 5. При этом 18 из 32 респондентов сообщили, что у них возникало желание посетить место после просмотра контента в TikTok, Reels или у блогеров; еще 5

указали, что такое желание возникает часто. Социальные сети позволяют заранее увидеть атмосферу, аудиторию, продукт и визуальную эстетику места, то есть формируют ожидание еще до фактического визита.

FOMO проявилось не у всех участников одинаково. В онлайн-опросе 11 человек ответили, что иногда испытывают страх упустить важное, 9 — редко, 1 — часто, а 11 — никогда. Молодые респонденты чаще описывали желание «успеть» посетить популярные места, тогда как более взрослый участник демонстрировал критическую дистанцию к трендам. Поэтому FOMO нельзя считать универсальным мотивом, но он остается важным фактором для аудитории, активно включенной в цифровую культуру.

Исследование также показало ограниченность искусственно созданного ажиотажа. Респонденты признавали, что очередь может использоваться как маркетинговый инструмент, но подчеркивали краткосрочность такой популярности, если она не подкреплена продуктом, атмосферой или реальной ценностью. Для устойчивого интереса необходима совокупность факторов: качество продукта, сервис, локация, визуальная узнаваемость, комьюнити и постоянное развитие пространства.

Итоги исследования

Феномен очередей за впечатлениями следует рассматривать как комплексное явление, возникающее на пересечении потребительского опыта, цифровой видимости и социальных практик. Очередь может раздражать, но одновременно выступает сигналом популярности, качества и социальной значимости места. Ее ценность возникает только тогда, когда ожидание связано с уникальным продуктом, атмосферой, рекомендацией, событием или желанием быть частью сообщества.

Важным результатом стало понимание социальной природы популярных пространств. Многие респонденты связывали посещение заведений не только с продуктом, но и с общением, встречами, атмосферой и ощущением принадлежности. В этом смысле популярные заведения могут выполнять функцию «третьего места» — пространства вне дома и работы, где формируются неформальные связи и локальные сообщества [7].

Для бизнеса результаты исследования означают необходимость создавать не просто «красивое место», а устойчивый потребительский опыт. Очередь может привлечь внимание, однако долгосрочная популярность строится на сочетании продукта, атмосферы, персонала, локации, внутренней культуры и цифровой коммуникации. Поэтому очередь следует рассматривать не как самоцель, а как возможный результат сильной концепции и сформированного сообщества вокруг бренда.

Литература:

1. Pine B. J., Gilmore J. H. The Experience Economy. — Boston: Harvard Business School Press, 1999.

- Holbrook M. B., Hirschman E. C. The experiential aspects of consumption // Journal of Consumer Research. — 1982. — Vol. 9, No. 2. — P. 132–140.
- Schmitt B. H. Experiential Marketing. — New York: Free Press, 1999.
- Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. — М.: Республика; Культурная революция, 2006.
- Cialdini R. B. Influence: New and Expanded Edition. — New York: Harper Business, 2021.
- Przybylski A. K. et al. Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out // Computers in Human Behavior. — 2013. — Vol. 29, No. 4. — P. 1841–1848.
- Oldenburg R. The Great Good Place. — New York: Paragon House, 1989.

Роль общественного мнения в формировании маркетинговых стратегий

Тарасова Елизавета Романовна, студент

Научный руководитель: Семченко Ирина Владимировна, кандидат социологических наук, доцент

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В данной статье рассматривается роль общественного мнения в формировании маркетинговых стратегий современных компаний. В ходе исследования рассматриваются теоретические основы маркетинговых стратегий, анализируется опыт успешных компаний в использовании общественного мнения, проводится анализ отрасли производства мармелада в России на примере ООО «Мармеладыч». Особое внимание уделяется методам сбора и анализа данных общественного мнения, включая мониторинг социальных сетей, опросы и анализ Big Data.

Ключевые слова: общественное мнение, маркетинговая стратегия, потребительское поведение, целевая аудитория, бренд.

The role of public opinion in forming marketing strategies

Tarasova Elizaveta Romanovna, student

Scientific advisor: Semchenko Irina Vladimirovna, candidate of sociological sciences, associate professor

Belgorod State National Research University

This article examines the role of public opinion in shaping the marketing strategies of modern companies. The study explores the theoretical foundations of marketing strategies, analyzes the experience of successful companies in using public opinion, and provides an analysis of the marmalade production industry in Russia using the example of LLC Marmeladich. Special attention is given to the methods of collecting and analyzing public opinion data, including social media monitoring, surveys, and Big Data analysis.

Keywords: public opinion, marketing strategy, consumer behavior, target audience, brand.

Общественное мнение играет ключевую роль в формировании маркетинговых стратегий, так как оно напрямую влияет на восприятие бренда, лояльность клиентов и финансовые результаты компании. Мониторинг и анализ общественного мнения позволяют компаниям адаптироваться к изменениям рынка, оперативно реагировать на тренды и кризисные ситуации, а также выстраивать доверительные отношения с аудиторией.

ООО «Мармеладыч» – тольяттинский производитель мармелада, зарегистрированный 12 апреля 2024 года. Компания специализируется на производстве какао, шоколада и сахаристых кондитерских изделий, в том числе мармелада. Компания производит различные виды мармелада, включая кислые, сладкие, лакричные миксы, а также подарочные наборы. Мармелад «Мармеладыча» продавался через маркетплейсы, а также экспортировался в страны СНГ и Европу. На данный момент бренд завода постепенно переходит в ритейл, захватив в 2025 г. полки

дарксторов «Самокат», в 2026 г. появился в сети магазинов «Магнит».

Основатель компании — Григорий Соловьев, известный как популярный видеоблогер Гриша Мармеладыч. Изначально бизнес начинался в Екатеринбурге как интернет-магазин мармелада в 2018 году. В декабре 2024 года производство и команда переехали в Тольятти, где стали резидентами территории опережающего развития (ТОР) автограда.

За короткий период существования (с 2024 года) ООО «Мармеладыч» продемонстрировало впечатляющий рост ключевых показателей: выручки, прибыли, активов и численности сотрудников. Успех компании связан с комбинацией факторов, таких как собственного производства, активного присутствия на маркетплейсах, креативного подхода к маркетингу и сильного личного бренда основателя.

Маркетинговая стратегия ООО «Мармеладыч» строится на сочетании контент-ориентированного подхода,

медийности основателя, фокуса на молодёжной аудитории и гибкого использования цифровых каналов. Ключевой акцент делается на создании эмоционального вовлечения через юмор, мемы и нестандартный формат коммуникации, что позволяет бренду выделяться на фоне конкурентов.

Целевая аудитория «Мармеладыча» — дети 9–14 лет, но бренд также ориентирован на более широкую аудиторию, включая взрослых. Стратегия строится на создании массового контента, который будет понятен и детям, и взрослым. Выход в YouTube Shorts и другие платформы с вертикальным форматом контента дал вирусный эффект.

Бренд стремится создать вокруг себя сообщество, где покупатели чувствуют себя частью «команды» или «творчества» Григория Соловьева. Мармелад здесь — не просто продукт, а способ прикоснуться к бренду и его ценностям.

Более 90 % продаж приходится на Wildberries и Ozon, где «Мармеладыч» занимает лидирующие позиции в своей категории. Компания активно использует инструменты этих платформ для продвижения, а также внедряет аналитику для оптимизации продаж (например, с помощью сервиса Tablichki.tech).

Аудитория бренда в социальных сетях превышает 8 миллионов подписчиков. Бренд стал узнаваемым среди молодёжи, а его подход к маркетингу часто сравнивают с примером MrBeast (популярного американского блогера, основавшего бренд сладостей Feastables). По данным

на 2025 год, компания продавала в России в 10 раз больше мармелада, чем Chupa Chups, при том что продукт был на 30 % дороже.

Таким образом, маркетинговая стратегия «Мармеладыча» сочетает креативный контент, медийность основателя, фокус на эмоциях и цифровые инструменты, что позволяет бренду успешно конкурировать на рынке и привлекать лояльную аудиторию. Необходимость внесения изменений в маркетинговую стратегию связана с постепенным выходом компании в федеральный ритейл, в 2026 году «Мармеладыч» появится на полках «Магнита», что станет довольно большим вызовом для бренда, получившего популярность в интернете благодаря контенту.

Для компании, которая стремительно переходит от онлайн-продаж на маркетплейсах и дарксторах в федеральный ритейл, игнорирование общественного мнения равноценно сознательному завышению рекламного бюджета в 3–5 раз.

Также мы считаем, что обратная связь дешевле любого фокус-группового исследования. В ходе раздач промоутеры фиксируют живые реакции. Если покупателям «слишком кисло», значит, необходим запуск второй линейки «Нежный Мармеладыч» с меньшей кислотой, «Дороговато для перекуса в школу» — делаем экономичную пачку 100 г по цене 70–80 руб. только для «Магнита». Таким образом, у нас получается гибкая маркетинговая стратегия на основе реальных данных, а не кабинетных гипотез.

Литература:

1. Брекенридж, Д. PR2.0: Новые медиа, новые аудитории, новые инструменты / Д. Брекенридж. — М.: Эксмо, 2018. — 272 с. — Текст: непосредственный.
2. Гуркин, Г. А. Маркетинговые стратегии корпорации / Г. А. Гуркин, И. В. Стазаева. — Текст: непосредственный // Гуманитарный научный журнал. — 2021. — № 1. — С. 126–131.
3. Дмитриева, Д. С. Различия стратегии предприятия и ее маркетинговой стратегии / Д. С. Дмитриева. — Текст: непосредственный // Вестник науки. — 2020. — № 10 (31). — С. 53–57.
4. Заррелла, Д. Интернет-маркетинг по науке: что, где и когда делать для получения максимального эффекта / Д. Заррелла. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. — 240 с. — Текст: непосредственный.
5. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 375 с. — Текст: непосредственный.
6. Любанова, Т. П. Современный маркетинг: учебное пособие для студентов вузов / Т. П. Любанова, К. М. Повловская, А. В. Румяцев. — М.: ИКЦ «Март», 2014. — 474 с. — Текст: непосредственный.
7. Михайлина, В. В. Разработка маркетинговой стратегии / В. В. Михайлина, И. М. Попова. — Текст: непосредственный // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. — 2015. — № 1 (45). — С. 62–66.

Анализ конкурентоспособности китайских гаджетов: соотношение цены и качества в восприятии российского потребителя

Чжан Линлун, студент магистратуры

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы (г. Москва)

В статье проведен анализ конкурентоспособности китайских гаджетов на российском рынке с акцентом на соотношение цены и качества. Рассмотрены динамика рыночных позиций ведущих брендов, факторы формирования потребительских предпочтений и изменения в восприятии «Made in China». Установлено, что китайские гаджеты за-

няли доминирующее положение в бюджетной и средней ценовой категории, обеспечивая оптимальное соотношение цены и функциональности.

Ключевые слова: китайские гаджеты, конкурентоспособность, соотношение цены и качества, российский потребитель, Xiaomi, Huawei, Teco.

Введение

Китайские производители гаджетов за последнее десятилетие трансформировались в технологических лидеров. Российский рынок, находящийся под влиянием санкционных ограничений и ухода западных компаний, стал ключевым направлением их экспансии. Доля китайских брендов в российском сегменте смартфонов превысила 75 %, а вопрос соотношения цены и качества остается центральным при выборе товаров [1]. Цель статьи — проанализировать конкурентоспособность китайских гаджетов с позиции соотношения цены и качества в восприятии российского потребителя.

1. Рынок китайских гаджетов и восприятие потребителей

Объем рынка смартфонов в России в 2024 году составил 29,8 млн устройств на сумму 720 млрд рублей при средней стоимости 24 тыс. рублей [2]. Ключевой тенденцией стало доминирование китайских брендов: Xiaomi удерживает лидерство с долей 22 %, за ней следуют Samsung (14 %), Teco и Realme (по 13 %) [3]. В натуральном выражении китайские бренды занимают более 80 % рынка. Teco продемонстрировал наиболее динамичный рост: с 2022 по 2024 год его доля увеличилась с 8 % до 16 % [4].

Структура рынка демонстрирует четкую сегментацию. В сегменте до 20 тыс. рублей доминируют Xiaomi (Redmi), Realme и Teco. В среднем диапазоне (20–50 тыс. рублей) конкуренция разворачивается между Samsung Galaxy A-серии, Redmi Note, Honor и Huawei. Премиальный сегмент традиционно контролируется Apple и Samsung, однако Huawei активно наращивает присутствие благодаря линейкам Pura и Mate [5].

Восприятие китайских товаров российскими потребителями кардинально изменилось. По данным Левада-Центра, Китай воспринимается как передовая в области технологий страна [6]. Исследование A2 показало, что 34 % россиян стали лучше относиться к китайским товарам, 40 % не изменили мнения, лишь 14 % — хуже [7]. Важнейшими факторами при выборе гаджетов остаются цена (95 %) и качество (82 %), при этом значение страны происхождения снизилось с 21 % до 9 %, а значимость бренда выросла до 25 % [7]. Основным каналом приобретения стали онлайн-платформы: 93 % покупают гаджеты на маркетплейсах [7].

2. Соотношение цены и качества китайских гаджетов

Концепция «соотношения цены и качества» является ключевым фактором конкурентоспособности ки-

тайских гаджетов. Китайские производители смогли выстроить бизнес-модель, ориентированную на максимизацию функциональности при минимизации издержек, благодаря вертикальной интеграции производства, масштабным объемам выпуска и оптимизации логистических цепочек.

В бюджетном сегменте (до 15 тыс. рублей) китайские бренды демонстрируют абсолютное превосходство. Устройства Realme, Teco и Redmi предлагают базовый набор функций, соответствующий потребностям массового потребителя, при цене в 2–3 раза ниже аналогичных моделей Samsung или Apple. В среднем ценовом диапазоне (15–50 тыс. рублей) Xiaomi предлагает устройства с флагманскими характеристиками по цене среднего сегмента. Huawei, несмотря на ограничения с доступом к сервисам Google, сохраняет позиции благодаря развитию собственной экосистемы HMS и AppGallery. Honor активно наращивает присутствие, предлагая устройства с полным набором Google-сервисов [8].

В премиальном сегменте (свыше 50 тыс. рублей) ситуация иная. Apple и Samsung сохраняют лидерство благодаря брендовой лояльности и экосистемным преимуществам. Однако Huawei демонстрирует уверенный рост благодаря технологическим инновациям, а складные смартфоны Huawei Mate X6 и Honor Magic V3 конкурируют с Samsung Galaxy Z Fold, предлагая сопоставимые технологические решения при более доступной цене [9].

3. Конкурентные преимущества и недостатки

Ключевые преимущества китайских гаджетов на российском рынке включают ценовую доступность, широкую линейку продукции и быструю адаптацию к потребностям рынка. Китайские бренды демонстрируют высокую гибкость в разработке новых моделей, оперативно реагируя на тренды: от смартфонов с увеличенными аккумуляторами до складных устройств и моделей с поддержкой искусственного интеллекта. Развитая экосистема, включающая умные часы, наушники, планшеты и устройства для умного дома, позволяет формировать лояльность потребителей и увеличивать средний чек.

Среди недостатков следует отметить проблемы с программным обеспечением и сервисной поддержкой, особенно для Huawei, столкнувшегося с ограничениями в доступе к сервисам Google. Вопросы долговечности и надежности бюджетных моделей остаются актуальными: потребители отмечают преждевременный износ аккумуляторов и проблемы с обновлениями ОС. Несмотря на общее улучшение отношения к китайским товарам, стереотип о «одноразовой» китайской электронике сохраня-

ется у части консервативных покупателей, что ограничивает проникновение в премиальный сегмент [10].

Заключение

Китайские гаджеты сформировали устойчивую конкурентную позицию на российском рынке, основанную на оптимальном соотношении цены и качества. В восприятии российского потребителя китайская электроника трансформировалась из ассоциации с низкосортной

продукцией в категорию технологически продвинутых устройств, доступных широким слоям населения. Доминирование в бюджетном и среднем сегментах, активное развитие инновационных направлений и адаптация к изменяющимся условиям рынка свидетельствуют о перспективности данного направления. Вместе с тем сохраняющиеся вызовы в области формирования брендовой лояльности и обеспечения сервисной поддержки требуют от производителей дальнейшего совершенствования стратегий работы с российским потребителем.

Литература:

1. M.Video-Eldorado. Доля китайских брендов в российском рынке смартфонов впервые превысила 75 %. — 2024. — URL: <https://www.mvideoeldorado.ru>.
2. GS Group. Обзор рынка смартфонов в России: итоги 2024 года. — М., 2025. — 45 с.
3. MTS. Результаты продаж смартфонов в России за 2025 год. — 2026. — URL: <https://mts.ru>.
4. Fplus. Динамика рынка смартфонов в России: итоги 2024 года. — 2025. — 20 с.
5. Коммерсантъ. Huawei нарастит долю на российском рынке смартфонов. — 2025. — 15 января.
6. Левада-Центр. Образ Китая в российском общественном мнении. — 2024. — 12 декабря. — URL: <https://levada.ru>.
7. РИА Новости. Россияне стали лучше относиться к китайским товарам, показал опрос. — 2024. — 19 сентября. — URL: <https://ria.ru>.
8. 36Kr. 2025 Mobile Phone Battle: Huawei Leads in Sales. — 2026. — URL: <https://36kr.com>.
9. M.Video-Eldorado. Складные смартфоны: тренды и перспективы. — 2024. — 18 с.
10. Academia.edu. A Comparative Study of Consumer Perception of Product Quality: Chinese versus Non-Chinese Products. — 2021. — 12 сентября. — URL: <https://academia.edu>.

ФИЛОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИКА

Особенности перевода юридической документации

Арданова Алана Артуровна, студент

Научный руководитель: Кокора Юлия Васильевна, кандидат филологических наук, преподаватель
Северо-Кавказский филиал Российского государственного университета правосудия имени В. М. Лебедева (г. Краснодар)

В данной статье рассматриваются особенности перевода нотариальных документов с английского языка на русский. Основное внимание уделяется достижению юридической точности, правильному подбору терминов. Анализируются типичные трудности, возникающие при работе с личными и официальными документами. Отдельно рассматриваются лексические, грамматические и стилистические аспекты, а также формальные требования, предъявляемые к таким переводам.

Ключевые слова: нотариальный перевод, юридический перевод, апостиль, юридическая терминология, стандартизация.

Перевод в сфере договорного права, в особенности нотариальный перевод, представляет собой особый вид юридического перевода, обладающий официальным статусом. Его главная задача — обеспечить юридическую эквивалентность текста оригинала и перевода, поскольку даже незначительная неточность может привести к отказу верификации документа.

В данной статье рассматриваются особенности перевода нотариальных документов с английского на русский язык. Особое внимание уделяется тому, как правильно подобрать терминологию, не допустив фактических ошибок и не нарушив точность перевода. Объектом исследования стали лексический, грамматический и стилистический аспекты юридического перевода. Цель данной статьи — рассмотреть ключевые особенности перевода нотариальных документов и выявить основные трудности, возникающие в процессе работы переводчика. Как отмечает Ю. В. Кокора: «Юридический английский представляет собой разновидность английского языка, обладающего схожими правилами орфографии и пунктуации, но отличающимся синтаксисом, некоторыми грамматическими особенностями и лексическим регистром» [3].

Значительную часть нотариальных переводов составляют личные документы граждан. К ним относятся:

Примеры перевода:

Birth Certificate — свидетельство о рождении;

Marriage Certificate — свидетельство о заключении брака;

Diplomas and diploma supplements — дипломы и приложения;

References and extracts — справки и выписки;

Power of attorney — доверенность [1, с. 50].

Стандартизированный характер таких документов облегчает перевод, однако требует строгого соблюдения шаблонных формулировок.

Юридический перевод предполагает максимальную точность передачи смысла и недопустимость свободной интерпретации текста, что требует от переводчика не только безупречного владения языком, но и глубоких знаний в области права. Как отмечают Н. Л. Варшамова и Е. В. Яшина, «юридические тексты в силу своего предназначения должны быть точными и достоверными; они предписывают определенную форму действий и формулируют принципы разрешения спорных ситуаций, вырабатывают правила социального поведения в обществе» [1, с. 50].

Неправильный выбор термина способен изменить юридический смысл документа, что делает работу переводчика особенно ответственной.

Так часто мы обязаны использовать только один эквивалентный термин (иногда описательный), несмотря на возможное наличие функционального аналога.

Например:

certified copy — заверенная копия, только «заверенная», а не «сертифицированная»;

affidavit — письменное заявление под присягой (преимущественно используется перевод посредством описания) [4, с. 31].

Перевод имен собственных.

Одной из трудностей при передаче информации является перевод имен собственных. Имена собственные являются неотъемлемым компонентом любого языка, они широко употребимы практически во всех областях чело-

веческой деятельности. При переводе письменных текстов, содержащих имена собственные, следует использовать такие общепринятые переводческие приёмы как: транскрипция, транслитерация, калькирование, полукалькирование, а также комбинирование нескольких приемов, например транслитерации с элементами транскрипции:

Примеры:

Montenegro — Черногория (калька);

The Cayman Islands — Каймановы острова (полукалька);

Albania — Албания (транслитерация);

China — Китай (транскрипция с частичной адаптацией) [4, с. 151]

Перевод сокращений

При переводе нотариальных документов, содержащих сокращения на иностранном языке, переводчик обязан:

Привести полную расшифровку сокращения на русском языке;

Указать страну регистрации организации;

Не допускается замена иностранного сокращения российским аналогом (например, «ООО» вместо «Ltd»);

Примеры надлежащего перевода сокращений в нотариальных документах:

LLC (USA) — Общество с ограниченной ответственностью (по законодательству США);

B.V.(Netherlands) — Частная компания с ограниченной ответственностью (Нидерланды);

S.r.l. (Italy) — Общество с ограниченной ответственностью (Италия);

Ltd (the UK) — «Компания с ограниченной ответственностью (Великобритания)»;

GmbH (Germany) — «Общество с ограниченной ответственностью (Германия)» [2, с. 30].

При переводе нотариально заверенных копий, если в штампе нотариуса встречается сокращение «Certified true copy», оно переводится как «заверенная копия верна». «Seal» в юридических документах переводится как «печать» или «нотариальная печать». При переводе нотариальных штампов аббревиатуру L. S. (locus sigilli) принято переводить как «место для печати». В большинстве случаев она заменяется аббревиатурой «М.П»..

В заключении работы можно сделать вывод, что перевод нотариальных документов представляет собой сложную профессиональную деятельность, требующую высокой языковой и юридической компетенции. В современном мире востребованность нотариального перевода продолжает расти, что подтверждает актуальность дальнейших исследований в данной области.

Литература:

1. Варшамова Н. Л. Перевод юридического текста: О проблеме межкультурной профессиональной коммуникации / Н. Л. Варшамова, Е. В. Яшина // Научные дискуссии. — 2015. С. 49–53.
2. Громова Т. В. Перевод сокращений в нотариальных и юридических документах: англо-русский справочник. М.: Юрайт, 2020. 124 с.
3. Кокора Ю. В. Юридический английский в информационном пространстве: значимость аккумулятивной функции языка в переводах деловой документации / Russian Linguistic Bulletin № 5 (41), 2023. — URL: <https://rulb.org/archive/5-41-2023-may/10.18454/RULB.2023.41.16>; DOI: 10.18454/RULB.2023.41.16.
4. Скворцов О. Г. Перевод деловой и юридической документации: учебное пособие / О. Г. Скворцов; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2019. — 143 с.
5. Чепак О. А., Черниговский М. В. Особенности передачи имен собственных при переводе юридических текстов с английского языка на русский язык (на материале правовых документов). 2023. С. 151–152.

Августовская идеология: золотой век и режим принципата

Астапова Анна Сергеевна, студент магистратуры
Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет (г. Москва)

«В большинстве религий и у большинства народов есть легенда, похожая на легенду об Эдемском Саде, Аркадии, Золотом Веке», — пишет Хилл [18, с. 124]. Ю. Г. Чернышов в работе «Социально-утопические идеи и миф о «золотом веке» в древнем Риме» [14] отмечает, что идеализация прошлого характерна для большинства архаических (в том числе и для древнегреческой) культур, что было об-

условлено низким уровнем развития производства (преимущественно натурально-аграрный уклад) и прямой зависимостью земледельцев от вечного круговорота природных процессов, тысячелетиями формировавших архетип циклического восприятия времени. При этом восприятии идеал и образец для подражания переносились, как правило, на уже пройденный, освященный автори-

тетом предков этап цикла — этап ушедшего родового общества, когда еще не было пороков цивилизации, когда человек не чувствовал себя оторванным от гармонии Универсума и сообщества себе подобных.

Античная литература богата на нарративы об утраченном мире, где человечество, благословлённое гармонией с природой, не было отягощено раздорами и нуждой. Увлечение римлян темой Золотого Века связано прежде всего с одной эпохальной поэмой — IV «Эклогой» Вергилия [3]. В ней пророчествуется наступление Золотого Века: возвращение Девы Справедливости Астреи (отсылка к популярной в те времена поэме «Феномены» о созвездиях древнегреческого поэта-дидактика Арата), и, соответственно, Сатурнова Царства, рождение Спасителя, с чьим появлением мир должен был бы измениться, а человеческие грехи постепенно искорениться.

В данном сюжете Вергилий объединяет две основные нити греческой литературной традиции. Одна из них — миф о пяти человеческих родах, изложенный в поэме «Труды и дни», где каждый род у Гесиода обладает особыми, только ему присущими антропологическими и моральными качествами; различна и судьба этих всякий раз заново создающихся и никак не связанных между собой родов (рас) людей. Так, «золотой» род был во всех отношениях идеален, люди второго, «серебряного», рода были ни в чём не похожи на первых, отличались инфантилизмом, своенравием и глупостью. После того как они были скрыты под землей, был создан новый род — «медный», люди которого были дики, сильны и воинственны; когда же и их покрыла земля, был заново сотворен четвертый род — род героев, совершавших подвиги и частью погибших в войнах, частью перенесенных на «острова блаженных». Наконец, пятый, современный, «железный» род оказался самым плохим, самым развращенным и преступным, ему в будущем тоже предстоит быть уничтоженным без надежды на спасение [6].

Вторая нить связана с культом «жизни при Кроносе», где образы греческого Кроноса и римско-италийского Сатурна слились в единую мифопоэтическую традицию. В настоящем исследовании мы не будем подробно останавливаться на том, почему так произошло, а лишь условимся, что после сего уподобления мифологических преданий о блаженном прошлом, были объединены самые разные по происхождению и уровню рационалистического переосмысления версии, общим для которых являлось, пожалуй, лишь то, что они отражали мечту о потерянном Рае и идеализацию уже невозвратимых догосударственных, доцивилизованных отношений под эгидой всеобщего благоденствия и плодородия, отсутствия войн, раздоров и труда.

Итак, люди живущего «железного» рода, согласно изложенной Гесиодом версии мифа, никак не могли рассчитывать на реальное возвращение для них той счастливой «жизни при Кроносе», которая была дана в удел особому, не знавшему разделения полов и никогда не старевшему

«золотому» роду, давно уже ушедшему с лица земли и превратившемуся в «благостных демонов» [14].

Поэтому бесплодные сетования на пороки современности и сожаления о давно ушедшем благоденствии не всегда могли полностью удовлетворить, заслонить собой мечту о том, что «утраченный рай» может вернуться, однако произвольному развитию такого рода мечтаний долгое время препятствовала сама традиционная «родовая» версия мифа. Лишь постепенно, по мере рационалистической переработки и переистолкования мифа, по мере его приспособления к выражению социально-утопических чаяний о грядущей эпохе благоденствия, происходит актуализация древних преданий, получившая окончательное логическое завершение только в эллинистическо-римскую эпоху, когда, собственно, и появляется впервые облегчившее выражение этих чаяний универсальное понятие «Золотой Век».

Было бы отступлением от истины категорично утверждать, что ни один античный источник до середины I в. до н. э. не содержал мысли о реальности грядущего благоденствия: такие идеи, например, встречались в Сивилиных оракулах, предсказывавших наступление вслед за бедствиями и катастрофами счастливых времен (некоторые из этих предсказаний, относящиеся, видимо, ко II-I вв. до н. э., сохранились в III книге корпуса «Сивилиных оракулов») [14]. Но такие сравнительно поздно распространившиеся пророчества (как правило, иудейско-эллинистического происхождения) основывались на традиционных приемах восточной эсхатологии и мессианизма и не были генетически связаны с греко-римскими преданиями о Кроносе или Сатурне. Кроме того, некоторые античные теории цикличного развития — в частности, стоическое учение об «испламенении» мира — теоретически допускали возрождение первоначального благоденствия на земле, но обязательным предварительным условием такого возрождения было уничтожение огнем всего «состарившегося» прежнего мира вместе с безнадежно испорченным современным «железным родом» [14].

Этот мотив «прерывности», то есть катастрофы, предшествующей всеобщему обновлению, как и традиционная версия мифа о «жизни при Кроносе», не оставлял, таким образом, «железным» людям возможности надеяться на возвращение к ним условий жизни людей «золотых». По мнению М. Элиаде [16, с. 244–245] и многих других авторов, впервые этот мотив «прерывности» был совершенно исключен только в 40 г. до н. э., в знаменитой IV Эклоге Вергилия, к которой после небольшого отступления мы наконец снова возвращаемся.

Оригинальность IV «Эклоги» заключается в идее возвращения Золотого Века. Как мы уже упоминали выше, суть предшествующих греческих мифов о Золотом Веке и Потерянном Рае заключалась в их временной удаленности и, следовательно, способности на контрасте продемонстрировать текущий упадок мира. Эклога же черпает большую часть своего поэтического видения из инозем-

ного контекста, выходящего за пределы орбиты греко-римской литературы. Вполне возможно, что на Вергилия оказали влияние иудейские (книга пророка Исаии) мессианские пророчества, прежде всего — пророчества «Сивиллиных книг». Однако это влияние не было единственным и даже определяющим, пишет Ю. В. Чернышов [8]. Пассивная роль загадочного «младенца» в IV эклоге никак не соответствует роли иудейского Мессии Спасителя, а характер упоминаний об Аполлоне, Диане, Сатурне и Юпитере совершенно не согласуется с иудейским единобожием. IV Эклога — одна из первых попыток соединения проникавших с Востока эсхатологических и мессианских учений с римскими преданиями о счастливом «Сатурновом царстве». «IV эклога — это как бы небольшая “надводная” часть огромного айсберга зачастую плохо известных нам идей и учений, которые волновали души и занимали умы современников Вергилия» [8].

Посвященная консулу 40 г. до н. э., покровителю Вергилия Поллиону, IV Эклога была написана на перемирие, заключённое между Октавианом (будущим Августом) и Марком Антонием. Однако тон поэмы далёк от оптимистического: то были черные дни гражданской смуты, и возвращение войны было слишком вероятным.

В современном тому времени эпосе Гораций с откровенным пессимизмом подхватил эту тему (XVI эпод) и с горечью восклицал, что уже второе поколение римлян истребляется в гражданских распрях, и, чтобы избежать окончательной гибели, римляне, или хотя бы лучшие из них, должны отплыть на поиски новых, счастливых земель. Там их ждут блаженные берега, богатые острова, которые Юпитер некогда специально «удалил», «отдалил» для благочестивого рода, где нераспаханная земля сама дает урожай, где из дубов текут потоки меда, коровы и козы сами несут домой молоко, где нет ни хищных зверей, ни ядовитых змей, ни болезней [7].

В то время как Эклога, исполненная надежд, предлагает лишь фантазии: грядущий век блаженства, который зависит от рождения Спасителя, век, в котором у овец шерсть сама окрашивается в пурпурный цвет [3], «острова блаженных» Горация — уже не обиталище героев или душ умерших. Это скорее осколки «золотого времени», сохранившиеся благодаря отдаленности от остального мира. Описание благ, существующих на этих островах, полностью соответствует «жизни при Кроносе» или «Сатурнову царству», но предназначены они уже не для особого «золотого рода», а для «благочестивого рода» людей, живущих в «железной» современности. Гораций, таким образом, делает очень важный шаг на пути переработки мифа, допуская мысль, что хотя бы лучшие из «железных» людей могут жить той блаженной жизнью, которой жили когда-то «золотые» люди.

Реальный мир, вопреки всем ожиданиям, всё же наступил. Октавиан вышел победителем из битвы при Акциуме в 31 году до н. э. и в «Георгиках» [4], написанных сразу после, Вергилий снова берётся за тему Грехопадения.

В «Георгиках» соединились никогда прежде не соединявшиеся элементы: идеализация примитивистской «райской» жизни и восхваление достижений цивилизации, «аркадийские» мотивы счастливого сельского досуга и прославление доблести римлян и италиков, воспевание оставшихся благ «Сатурнова царства» и еще не совсем утраченных «нравов предков». В «Георгиках» гораздо заметнее, чем в IV Эклоге, прослеживается тенденция к «политизации» мифа, приспособление его к выражению злободневных политических идей и тон тревоги: Октавиан — потенциальный спаситель, но захотят ли Боги оставить его на Земле?

«Приревновали тебя давно уже неба чертоги, / Цезарь, жалеют они, что триумфы справляешь земные» [4].

И только к концу 20-х годов, когда в стране полностью установилась власть наречённого Августа, «Энеида» [5] Вергилия смогла возродить тему «Эклоги» и превратить её в утверждение Августа спасителем, которое прочно закрепилось в римском сознании. «Вот он, тот муж, о котором тебе возвещали так часто: / Август Цезарь, отцом божественным вскормленный, снова / Век вернет золотой на Латинские пашины, где древле / Сам Сатурн был царем, и пределы державы продвинет...» [5], — восклицает Анхис, подхватывая тему, предложенную Юпитером ещё в I Книге Эклог [3].

С тех пор отождествление правления императора Августа с возвращением Золотого Века стало постоянной темой поэзии, императорских панегириков и официальной чеканки монет, и она продолжала подпитывать императорский идеал еще долго после классического периода.

С одной стороны, выбор идеи вполне очевиден: сравнение императорского правления с Золотым Веком — прекрасное гиперболическое выражение; уже греки говорили, что правление великого тирана Писистрата было подобно правлению Кроноса [17, с. 134–135]. И наоборот, недовольство Тиберием находило своё выражение в идее возвращения Железных Времён [17, с. 139].

Более того, подобное идейное сравнение носило вполне очевидный характер: поскольку отсутствие войны было характерной чертой Рая, Август, таким образом, выполнил важнейшее условие возвращения к Золотому Веку, положив конец гражданской войне.

По всем признакам, античная идея Золотого Века всего лишь гиперболическая лесть, обращённая к Императору. Но будь всё так очевидно, настоящего исследования бы просто не существовало. Мы утверждаем, что Золотой Век означал нечто большее, чем установившийся мир; и именно в этот момент мы должны спросить себя, нет ли в нём некой социально-религиозной функции?

Если Грехопадение служит мифологическим объяснением и оправданием нынешнего состояния упадка человечества, то каковы последствия возвращения к первоначальному состоянию благоденствия для общества?

Что должно привлечь наше внимание на более широкий контекст темы возвращения Золотого Века, так это

некоторые детали из повествований эпохи Августа о Золотом Веке и Грехопадении. Две черты являются стандартными для августинских изображений Рая, и они тем более поразительны, что отсутствуют в греческой традиции, предвосхищающей августовскую. Это отсутствие законов и частной собственности [17, с. 229].

Законы были излишни при правлении Сатурна. Царь Латин представляет Энею свой народ как род Сатурна: *«Мы справедливость блюдем не под гнетом законов: Сатурнов / Род добровольно хранит обычай древнего бога»* [5, VII. с. 203–204.]. Им не нужны законы, поскольку они следуют заветам Сатурна. Аналогичным образом в рассказе Овидия о Творении в начале «Метаморфоз» золотое поколение обходится без законодательства: *«Первым век золотой народился, не знавший возмездий, / Сам соблюдавший всегда, без законов, и правду, и верность. / Не было страха тогда, ни кар, и словес не читали / Грозных на бронзе; толпа не дрожала тогда, ожидая / В страхе решения судьи, — в безопасности жили без судей»* [10]. Та же идея позже ляжет в основу экскурса Тацита в историю законодательства: первобытный человек жил без похоти, насилия и греха (*scelus*) и не нуждался в правовом принуждении. Законы появились только в результате морального вырождения: *«Первородные смертные, не зная еще дурных побуждений, жили без проступков, без злодеяний и поэтому без наказания и стеснений. Не было нужды и в наградах, ибо люди по своим природным качествам стремились к честности; а раз они не желали ничего непозволительного, то ничто и не запрещалось через устрашение карой»* [13].

Это счастливое состояние покинуло людей, когда они познали алчность. У Вергилия: *«...худший век наступил, и людское испортилось племя, / Яростной жаждой войны одержимо и страстью к наживе»* [5, VIII. с. 326–327.]. Овидий подхватывает эту фразу и повторяет ее, вероятно, в иронизирующей форме: *«Стыд убежал, и правда, и верность; / И на их место тотчас появились обманы, коварство; / Козни, насилие пришли и проклятая жажда наживы»* [10, I. с. 129–131]. Стремление к материальным благам фигурирует в многочисленных августовских отрывах как корень греха; соответственно, характерной чертой Золотого Века была оппозиционная («коммунистическая») идея о праве общего и равного владения. Вергилий пишет: *«Вовсе не знали поля до Юпитера пахарей власти. / Даже значком отмечать иль межой размежевывать нивы / Не полагалось. Всё сообща добывали»* [4, I. с. 125–127].

Если Золотой Век предполагал отсутствие законов и собственности, а Август должен был восстановить это первобытное блаженство, то что же должно было произойти с уже установившейся собственностью, неравной иерархией и строгой законодательной структурой, которые фактически обеспечивали августовский режим?

Попытки «усидеть на двух стульях» проявляются во внутренних несоответствиях в произведениях придворных поэтов. Так, Вергилий, изобразив расу Сатурна

«вне закона» позже пересматривает это положение. Сатурн предстает как цивилизатор и законодатель: *«Он дикарей, что по горным лесам в одиночку скитались, / Слил в единый народ, и законы им дал»* [5, VIII. с. 321–322].

Таким же образом и в «Георгиках», утверждая общее владение и отсутствие труда как признаки Рая, он позже превозносит трудолюбивую жизнь крестьянина (как можно предположить, собственника) как истинную золотую жизнь [4, II. с. 532].

Однако эти несоответствия мало что дают нам для понимания функции сюжета о Золотом Веке в контексте правления Августа. Для того, чтобы разобраться более детально, мы должны обратиться к роли Августа в «восстановленном Раю».

«Пост-лапсарианский» человек, как известно, есть жертва греха (*scelus*), где «*scelus*» содержит в себе некоторые, но не все элементы христианского греха. Безусловно, римлянам не хватало доктрины первородного греха, но «*scelus*» в римской религии означает нечто большее, чем просто проступок. Это преступление, которое вызывает гнев богов и влечет за собой возмездие, если не будет исправлено или «искуплено» с помощью соответствующей церемонии («*piaculum*»). Август, если он хотел возродить Золотой Век, должен был не только восстановить мир, но и упразднить «*scelus*».

В «Георгиках», хотя в них нет прямого упоминания о возвращении Золотого Века, победителю при Акциуме уже отведена решающая роль в устранении «*scelus*». Кульминацией первой книги является великая картина расстройств природы и человеческого общества в результате убийства Цезаря, гражданской войны и страшных предзнаменований, которая приводит к торжественной молитве богам Рима. Всё требовало жертвенного искупления, поскольку демонстрировало гнев богов, но Вергилий разворачивает события иначе: *«Давно и довольно нашею кровью / Мы омываем пятно той Лаомедонтовой Трои»* [4, I. с. 501–502].

Поэт не предлагает новых жертв, а вместо этого вопрошает, чтобы наследник Цезаря был пощажён во имя спасения рода. Другими словами, привычного ритуала было уже недостаточно для умиротворения богов, а кровавая жертва не могла бы уже стать началом новой «золотой» эры, в которую хотели вступить августинцы. Личность Августа как наследника Цезаря была необходима, чтобы защитить государство от последствий греха [19, 56]; эту тему подхватил и Гораций в Оде, где Август также предстает в роли спасителя. Юпитер назначает его на роль искупителя греха [7, I. с. 29–30]. Таким образом, римский народ больше не может обойтись без Августа, в противном случае его захлестнут бедствия.

Вергилий не просто восхваляет Императора за прекращение гражданской войны, он ставит Рай в зависимость от личности Августа. Уже в IV «Эклог» он пророчески говорит о скором возвращении Золотого Века. В «Энеиде» пророческий тон сохраняется: сначала Юпитер, а затем Анхис предвидят восстановление блаженства Августом

[5, с. 57–296, V. с. 788–805]. Пророческий тон сохраняется и в трудах более поздних поэтов, где прославляется Золотой Век при Нероне (Сенека «Отыквление божественного Клавдия» IV, «О милосердии» II, I, 3; Лукан «Фарсалия» I. 45–62, Кальпурний Сицилийский «Эклоги» I. 20) [20, с. 175–176].

Таким образом, пророки «возвращения» стоят у врат Рая, но ещё не ступили внутрь. «Scelus» по-прежнему отделяет человека от благоденственной жизни, и только Император может побороть греховность и спасти свой народ. Получается, что тема Золотого Века носит уже не столько панегирический, сколько идеологический характер: ни насильственное подчинение бедняков, ни дарование им полного самоуправления не есть цель; увещание в добровольности и полезности зависимости каждого римлянина от личности Императора — вот миссия режима. То же самое можно экстраполировать следующим образом: когда-то человек благостно жил в мире без законов и собственности, но в его душу проникли алчность и воинственная кровожадность; следствием этого стали социальное неравенство и частная собственность. Сейчас у человечества снова появилась надежда на установление Золотого Века, которому Император, — ставленник Богов — посредник. Однако земной мир более не может вернуться к «коммунизму» и беззаконию; природа человека навсегда (или все ещё) испорчена «scelus». Но если люди хотят обрести спасение от Ада, уничтожения железного рода и вернуть первобытную невинность, они должны обратиться к Августу. Только у Императора есть ключи от Рая.

Таким образом, если для греков функция мифа о Грехопадении заключалась в объяснении нынешнего упадка человечества, то для августинцев его функция заключается в том, чтобы поставить Императора в центр схемы вещей. К схожему выводу приходит и Штаерман: «...установление единоличной власти требовало идеологического обоснования. Оно было дано Августом и его приближенными в соединении «римского мифа» с «мифом Августа», якобы завершившего изначальную миссию и предназначение Рима...» [15].

С течением времени происходило постепенное изменение того, что у августинцев считалось составляющим «scelus». Вергилий не говорит об этом напрямую, но, к примеру, Гораций неоднократно возвращается к этой теме греховности на протяжении долгих лет. В «Эподах», написанных до Акциума, «scelus» римлян — это гражданская вражда [24, с. 28–46]. Сетуя на греховность человеческого рода, Гораций приходит к выводу, что римляне прокляты братоубийством со времён Ромула и Рема (проклятие Каина): «Да! Римлян гонит лишь судьба жестокая / За тот братоубийства день, / Когда лилась кровь Рема не повинного, / Кровь правнуков заклившая» [7, с. 7].

После Акциума гражданская вражда закончилась, и появились отголоски покаяния: «Увы! Нам стыдно ран и убийств своих / Граждан! Жестокий род, от каких мы дел / Ушли? Чего не запятнали / Мы, нечестивцы?» [7, I. с. 35]. В III книге «Од», написанной в середине II века до н. э.

«scelus» описывается в гесиодовском духе [7, III. 46–48]; мы бы бросили в море наше золото и драгоценности, если бы действительно раскаялись [7, III. с. 24–50]; и прелюбодеяние приобретает характеристики корня всех бедствий [7, III. с. 6–17].

Перемена в представлении Горация о «scelus», конечно, имеет конкретную причину [19, с. 92–100]. В её основе лежит борьба Августа за одобрение программы морального законодательства. После ее принятия в 18 году до н. э. Гораций становится нехарактерно оптимистичным: «Нрав и обычай обуздал и позорное нечестие» [7, IV, с. 5–22]; так в 17 г. до н. э. он может праздновать возвращение если не Девы Справедливости, то, по крайней мере, Стыдливости, Мира, Чести и Доблести.

Примечательно здесь не то, что поэт пишет пропаганду законодательной программы, а то, как он ассоциирует «scelus» безнравственности, жадности и похоти с «scelus» гражданской войны. Это не аналогия, а именно прямое отождествление. «О, кто хочет безбожную / Брань и ярость пресечь междоусобицы, / Если он домогается, / Чтоб «Отец городов» было под статуей, / Пусть он сдержит распущенность» [7, III. с. 24–29].

В знаменитом отрывке из Предисловия к «Истории основания Рима», написанном в начале 20-х годов, Ливий говорит о нынешних временах, когда «мы ни пороков наших, ни лекарства от них переносить не в силах» [9, с. 1]. Пороки (vitia) альтернативно объясняются как гражданские разногласия (средством от которых было самодержавие) или как безнравственность (средством от которой было моральное законодательство, первоначально отвергнутое в 28 году до н. э.) [22, с. 42–43].

Однако было бы ошибкой рассматривать эти понятия как взаимоисключающие. Для Ливия, как и для Горация, гражданская война и безнравственность взаимосвязаны. Война рассматривается как расплата за грех; окончание войны — это не только лишь военное дело, но и религиозный крестовый поход против греха, который должен привести к его искуплению.

Если Гораций считает, что Золотой Век восстановлен, то не только потому, что закончилась война и были приняты соответствующие законы. А потому, что изменились взгляды. Законы, по его мнению, тщетны без нравов, реальной социальной практики [7, III. с. 35–36].

«Mos» (обычай, нрав), в отличие от закона, был тем, что для вергилиевского царя Латина или для Тацита поддерживало первобытного человека в состоянии невинности.

Август представляется исполняющим роль Сатурна, подающего яркий пример правильного поведения, «mos». В античной литературе было принято считать, что правление должно быть, возможно, а может и неизбежно, примером, а не предписанием [12]. Как сатурнианский царь он устанавливает образцовую модель поведения, на которую его народ ориентируется добровольно, без принуждения. Гораций, будучи придворным поэтом, считал, что идеал реализован и римляне добровольно исправляются в своей греховности; отсюда и его слова о Рае.

Тацит как историк был более реалистичен: законы исполнялись по принуждению, более того, с помощью особенно одиозного механизма доносчиков. Поэтому для него моральное законодательство Августа — это жёсткая кабала, не имеющая ничего общего с добровольностью, характерной для Золотого Века [13]. Тацит, по сути, подрывает официальную идеологию.

Овидий также отличался небрежностью в отношении идей, к которым те же Вергилий или Гораций относились с благоговением, что, в итоге, позволяет нам лучше эти идеи и понять [22]. Овидий тоже видит августовский Рим как реинкарнацию Золотого Века — но совсем по другим причинам: *«Истинно, век наш есть век золотой! / Покупается ныне / Золотом — почесть и власть, золотом — нежная страсть»* [11]. Он обращается к теме Золотого Века чаще, чем любой другой поэт эпохи Августа, но практически всегда в негативном ключе [17, с. 222–223].

Для Горация и Вергилия из убеждения, что римляне порочны и грешны, вытекает следствие, что им нужен Август, который спасет их, выступит посредником в искуплении грехов перед богами и приведет их к праведности своим примером. Овидий склонен отрицать факт того, что римляне грешны по своей природе: *«Плохо ты знаешь людей, — отвечал Янус со смехом, — / Коль полагаешь, что мед слаще, чем деньги теперь! / Даже в Сатурновы дни мне редко встречались такие, / Кто бы уже не бывал страстью к наживе объят...»* [11].

«В золотом обитаем мы Риме... / Пусть другие поют старину, я счастлив родиться / Ныне, и мне по душе время, в котором живу!» [11].

Тема возвращения Золотого Века была не просто гиперболической лестью Императору. В действительности, она принадлежит к комплексу идей, следствием которых стало наделение Августа качествами центрального и что ни на есть обязательного элемента в системе римского общества.

Со времён Грехопадения человек отягощен собственным грехом (*scelus*), кровожадностью, сребролюбием и похотью; и только через добровольное подчинение великому посреднику богов — Августу, они могут вернуть себе райскую жизнь. Так открывался путь для принятия династа, как Спасителя.

Но имеем ли мы дело с системой идей, намеренно придуманных Августом и его советниками и распространяемых по приказу через придворных поэтов и назначенных правительством памфлетистов? Дело обстоит более тонко. Читая Вергилия и Горация, трудно всерьёз думать, что они писали по заданию: слишком много признаков искренности, если не положительной зависимости. Однако утверждать, что с пропагандируемыми идеями были согласны все римляне без исключения, было бы тоже ошибочно, и предостеречь нас от этого представления призваны голоса Овидия и Тацита. Стало быть, лучшим способом преодолеть дилемму будет опора на исторический контекст.

Полисная идеология, то есть господствующие аристократические представления о должном и правильном, не давала никаких весомых оснований для принятия авто-

кратии. Как любовь к свободе и независимости, для сенатской олигархии были несокрушимыми постулатами [25, с. 182], так и для среднестатистического римлянина было мучительно трудно смириться с тем, что после перехода Цезаря через Рубикон дни мирной свободы закончились. Некоторые цеплялись за старую идеологию и сопротивлялись династам. Но уже многим ранее того, как Август монополизировал власть, а именно в триумвиральный период, в римском сознании была заложена мысль о вине народа, а не династов в политическом кризисе, который переживала Республика. Таким образом открывался путь для принятия династа, как Спасителя.

Религиозный архетип Спасителя, развитый Императором Августом, достигнет своего апогея при Императоре Константине. После того, как последний понял, что священное единение вокруг единого христианского Бога придаст правителю Вселенской Империи ту сакральность, которую ему не мог обеспечить ни один политеистический божественный пантеон, он усовершенствовал в рамках христианской цивилизации религиозно-социальный феномен сакрального правителя — помазанника Божия, спасающего народ, как земного образа своего небесного первообраза — Иисуса Христа [1, с. 57].

А возведение христианства в ранг государственной религии впоследствии легитимизировало завершившийся к тому времени процесс утверждения императорской абсолютной власти — самодержавия. Процесс же установления самодержавия начался ровно тогда, когда Август сакрализировал своё правление через идею возвращения Золотого Века устами придворных поэтов.

Античные авторы не ограничивались воспроизведением традиционного мифа, но осуществляли его содержательную переработку, соотнося эсхатологические ожидания римского общества с фигурой Августа и актуальным историко-политическим контекстом. Репрезентируя его правление как возвращение Сатурнова царства, они формировали сложную смысловую конструкцию, в рамках которой идея божественного покровительства отождествлялась с установлением режима личной власти.

Обращение к мифу о Золотом Веке при этом выступало не риторическим украшением, а стратегией переосмысления исторической реальности, направленной на вытеснение травматического опыта гражданских войн и формирование альтернативной модели настоящего.

В рамках данного архетипа политическая стабильность, достигнутая посредством военной силы и административных преобразований, интерпретировалась как восстановление космического порядка; моральное законодательство Августа — как возвращение к обычаям предков под эгидой божественного покровительства; государственная поддержка литературы — как органическая часть общего культурного подъёма, маркирующего наступление нового Золотого Века.

Таким образом, августовская поэзия предстает не пассивным отражением идеологических установок, а активной силой их формирования, придающей им са-

кральное измерение и обеспечивающей их укоренение в коллективном сознании.

Именно в литературных текстах оформляется устойчивая идеологема, закрепляющая восприятие Принци-

пата как «золотой» эпохи римской истории, и задающая долговременную культурную форму, определившую последующие способы репрезентации идеи «просвещённого правления» в европейской традиции.

Литература:

1. Андреева, Л. А. «Политическая» теология христианства: феномен Наместника Христа и наместническая модель сакрализации власти: диссертация ... доктора философских наук: 09.00.13 / Андреева Лариса Анатольевна. — Москва, 2003. — 320 с.
2. Арат. Явления (Феномены): [сайт] / пер. с древнегреч. А. А. Россиуса. — Режим доступа: https://argoschool.ru/biblioteka/arat/arat_yavleniya_fenomenyi/arat_yavleniya_fenomenyi/ (дата обращения: 04.05.2026).
3. Вергилий. Буколики (Bucolica / Eclogae): [сайт] / пер. с лат. С. В. Шервинского. — Режим доступа: <https://ancientrome.ru/antlitr/vergilius/index.htm> (дата обращения: 29.04.2026).
4. Вергилий. Георгики: [сайт] / пер. с лат. С. В. Шервинского. — Режим доступа: <https://ancientrome.ru/antlitr/t.htm?a=1375200001> (дата обращения: 09.04.2026).
5. Вергилий. Энеида: [сайт] / пер. с лат. С. А. Ошерова; под ред. Ф. А. Петровского. — Режим доступа: <https://ancientrome.ru/antlitr/t.htm?a=1375300006&ysclid=mordpl416y467900743> (дата обращения: 04.05.2026).
6. Гесиод. Труды и дни: [сайт] / пер. с древнегреч. В. В. Вересаева. — Режим доступа: <https://ancientrome.ru/antlitr/t.htm?a=1425407002&ysclid=mor0xsl15m936375962> (дата обращения: 04.05.2026).
7. Гораций. Эподы. Оды. Песнь столетию: [сайт] / пер. с лат. А. П. Семенова-Тян-Шанского. — Режим доступа: http://lib.ru/POEEAST/GORACIJ/hor1_3.txt (дата обращения: 29.04.2026).
8. Душенко, К. В. Древний Рим: мечта о золотом веке / К. В. Душенко, Ю. Г. Чернышов. // Вестник культурологии. — 2014. — № 2 (69). — С. 258–261. — ISSN 2073–6102.
9. Ливий, Т. История Рима от основания города: в 3 т. / Т. Ливий; пер. с лат. М. Л. Гаспарова [и др.]; под ред. М. Л. Гаспарова [и др.]. — Москва: Наука, 1989. — Т. 1. — 576 с. — ISBN 5–02–008995–8.
10. Овидий. Метаморфозы: [сайт] / пер. с лат. С. В. Шервинского. — Режим доступа: <https://ancientrome.ru/antlitr/ovidius/index.htm> (дата обращения: 04.05.2026).
11. Овидий. Наука любви. Фасты: [сайт] / пер. с лат. М. Л. Гаспарова [и др.]. — Режим доступа: <https://ancientrome.ru/antlitr/t.htm?a=1303004002&ysclid=mp2ia0xxkh350682923> (дата обращения: 12.05.2026).
12. Платон. Законы / Платон; пер. с древнегреч. А. Н. Егунова. // Платон. Собрание сочинений: в 4 т. — Москва: Мысль, 1994. — Т. 4. — С. 71–437. — ISBN 5–244–00385–2.
13. Тацит, К. Анналы: [сайт] / К. Тацит; пер. с лат. А. С. Бобовича; под ред. М. Л. Гаспарова. — Режим доступа: <https://ancientrome.ru/antlitr/tacit/index.htm> (дата обращения: 04.05.2026).
14. Чернышов, Ю. Г. Социально-утопические идеи и миф о «золотом веке» в древнем Риме: [сайт] / Ю. Г. Чернышов. — Режим доступа: <https://ancientrome.ru/publik/article.htm?a=1407695000> (дата обращения: 09.05.2026).
15. Штаерман, Е. М. Социальные основы религии древнего Рима / Е. М. Штаерман; Академия наук СССР, Институт всеобщей истории. — Москва: Наука, 1987. — 320 с.
16. Элиаде, М. История веры и религиозных идей: в 3 т. / М. Элиаде; пер. с фр. В. Г. Зинковского [и др.]. — Москва: Критерион, 2002. — Т. 2: От Гаутамы Будды до триумфа христианства. — 512 с. — ISBN 5–901337–07–8.
17. Gatz, B. Weltalter, goldene Zeit und sinnverwandte Vorstellungen / B. Gatz. — Hildesheim: Georg Olms Verlag, 1967. — 241 S.
18. Hill, C. The World Turned Upside Down: Radical Ideas During the English Revolution / C. Hill. — London: Temple Smith, 1972. — 353 p. — ISBN 978–0851170255.
19. Liebeschuetz, J. H. W. G. Continuity and Change in Roman Religion / J. H. W. G. Liebeschuetz. — Oxford: Clarendon Press, 1979. — 359 p. — ISBN 978–0198148227.
20. Mayer, R. Calpurnius Siculus: Technique and Date / R. Mayer. // The Journal of Roman Studies. — Cambridge, 1980. — Vol. 70. — P. 175–176. — ISSN 0075–4358.
21. Syme, R. History in Ovid / R. Syme. — Oxford: Clarendon Press, 1978. — 233 p. — ISBN 978–0198148258.
22. Syme, R. Livy and Augustus / R. Syme. // Harvard Studies in Classical Philology. — Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1959. — Vol. 64. — P. 27–87. — ISSN 0073–0688.
23. Wiedemann, T. The Political Background to Ovid's Tristia 2 / T. Wiedemann. // Classical Quarterly. — Cambridge: Cambridge University Press, 1975. — Vol. 25, no. 2. — P. 264–271. — ISSN 0009–8388.
24. Williams, G. Poetry in the Moral Climate of Augustan Rome / G. Williams. // Journal of Roman Studies. — London, 1962. — Vol. 52, no. 1–2. — P. 28–46. — ISSN 0075–4358.
25. Wirszubski, C. Libertas as a Political Idea at Rome during the Late Republic and Early Principate / C. Wirszubski. — Cambridge: Cambridge University Press, 1950. — 182 p. — ISBN 978–0521068482.

Внеклассный игровой курс «Языковая палитра мира» как ресурс развития межкультурной коммуникативной компетенции обучающихся 9-го класса

Газизуллина Элина Айратовна, студент;

Данилова Юлия Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент

Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального университета (Республика Татарстан)

В статье рассматривается модель авторского внеклассного игрового курса «Языковая палитра мира», направленного на развитие межкультурной коммуникативной компетенции обучающихся 9 класса. Содержательной основой курса выступает колоративный код, включающий цветовые обозначения, устойчивые выражения и культурные ассоциации. Раскрываются специфика курса, его структура, игровые задания, методические условия и результаты апробации. Показано, что работа с идиомами с колоративными компонентами помогает подросткам перейти от буквального перевода к пониманию культурного смысла языковых единиц.

Ключевые слова: колоративный код, идиомы с колоративным компонентом, межкультурная коммуникация, игровой курс, внеклассная деятельность, английский язык, 9 класс.

Extracurricular game course «language palette of the world» as a resource for developing intercultural communicative competence of 9th grade students

Gazizullina Elina Airatovna, student;

Danilova Juliya Yur'evna, candidate of philological sciences, associate professor

Elabuga Institute of the Kazan (Volga) Federal University (Republic of Tatarstan)

The article discusses the model of the author's extracurricular game course «The Language Palette of the World», which aims to develop the intercultural communicative competence of 9th grade students. The course is based on a color code that includes color symbols, idioms, and cultural associations. The article explores the specific features of the course, its structure, game activities, methodological conditions, and the results of its implementation. It demonstrates that working with idioms with color components helps teenagers transition from literal translation to understanding the cultural meaning of linguistic units.

Keywords: colorative code, idioms with a colorative component, intercultural communication, game course, extracurricular activities, English, 9th grade.

Введение

Современное обучение иностранному языку в основной школе сводится не только и не столько к освоению словаря, грамматики и правил перевода. Иностранный язык становится средством знакомства с другой культурой, а значит, требует от учащегося не только языковой правильности, но и умения понимать и декодировать скрытые культурные смыслы [2, 5]. Особенно ярко это проявляется в идиомах и устойчивых выражениях, где значение нельзя вывести из отдельных слов, поскольку они не актуализируют свое узкую семантику. Поэтому развитие межкультурной коммуникативной компетенции школьников является одной из важных задач языкового образования.

Для обучающихся 9 класса эта задача особенно актуальна. Подростки уже способны анализировать переносные значения, сравнивать языковые явления и делать самостоятельные выводы, но при этом нуждаются в эмоциональной, наглядной и деятельностной форме работы. Если культурный материал подаётся только как набор сведений о стране изучаемого языка, он быстро теряет для них личный смысл. Более продуктивной становится си-

туация, в которой учащиеся сами обнаруживают различие, предлагают версию, спорят, уточняют и приходят к выводу через совместное действие.

В качестве содержательной основы внеклассного курса был выбран колоративный код как один из частотных в любой лингвокультуре. Под ним понимается совокупность цветовых обозначений, символических значений, ассоциаций и устойчивых выражений, через которые культура закрепляет определённые способы восприятия мира. Цвет кажется простым и универсальным явлением, однако в языке он часто передаёт эмоции, социальную оценку, моральный оттенок, предупреждение. Так, английские выражения типа *to feel blue*, *green with envy*, *to see red*, *black sheep*, *white lie*, *red flag* показывают, что цветовой компонент может быть носителем культурно обусловленного значения. Более того, при сопоставлении с русскими и татарскими примерами становится заметно, что цветовая символика не является универсальной и требует культурного комментария.

Отметим, что лингводидактический потенциал колоративного кода достаточно высок, однако во внеклассной работе по английскому языку используется недостаточно системно. Отдельные цветовые идиомы могут встре-

чатся в учебных материалах, но чаще всего они изучаются как лексические единицы, без целенаправленного выхода к межкультурному сравнению. В результате учащиеся запоминают перевод выражения, но не всегда понимают его образную и культурную основу. Разработка специального образовательного курса «Языковая палитра мира», на наш взгляд, целесообразна, поскольку позволяет решить эту проблему через сочетание языкового материала, игровых форм, визуальности, группового взаимодействия и рефлексии, что способствует в конечном счете развитию межкультурной коммуникативной компетенции у подростков.

Игровой курс «Языковая палитра мира» в рамках внеклассной образовательной деятельности обучающихся

Курс «Языковая палитра мира» разрабатывался как внеклассная игровая модель, в которой соединяются языковой, культурный и коммуникативный компоненты. Его цель состоит в развитии у подростков способности распознавать культурно маркированные языковые единицы, объяснять их переносное значение, сопоставлять русские выражения с английскими и татарскими аналогами и использовать эти наблюдения в учебном общении. В этом смысле курс не ограничивается расширением словарного запаса, а направлен на формирование более осознанного отношения к языку как части культуры.

Методическую основу курса составляют коммуникативный, деятельностный и лингвокультурологический подходы [1, 3, 4]. Коммуникативный подход позволяет организовать работу так, чтобы язык использовался как средство взаимодействия. Деятельностный подход предполагает активные формы: учащиеся анализируют, сравнивают, распределяют роли, выполняют творческие задания. Лингвокультурологический подход определяет сам отбор материала, поскольку в центре внимания находятся не отдельные слова с семантикой цвета, а выражения, в которых закреплены культурные смыслы.

Структура курса включает пять (можно больше/меньше на усмотрение педагога) занятий по 45 минут. Первое занятие «Цвет как знак культуры» вводит учащихся в проблему цветовых ассоциаций. Второе занятие «Больше, чем цвет» направлено на знакомство с цветовыми идиомами. Третье — «Путешествие по языкам» — строится как командный квест по «цветовым станциям». Четвёртое занятие «Моя палитра языков» имеет творческий характер и связано с созданием мини-плакатов, карточек, диалогов или фрагментов мини-книги. Пятое занятие «Цветная рефлексия» является итоговым: учащиеся представляют продукты своей деятельности, обсуждают трудности и отвечают на рефлексивные вопросы.

Специфика курса заключается в постепенном переходе от личных ассоциаций к межкультурному сравнению. Представим некоторые задания в качестве примеров образовательной внеурочной деятельности.

На начальном этапе школьники получают карточку определённого цвета и записывают три ассоциации, которые у них возникают. Затем они сравнивают ответы в группе. Уже это задание показывает, что даже внутри одного класса восприятие цвета не совпадает полностью. Так, в славянской и западноевропейской лингвокультурах белый цвет чаще всего соотносится с чистотой, светом, миром, свадебной символикой и медициной. В русской языковой картине мира это значение проявляется, например, в ассоциациях с белой одеждой невесты, белым халатом врача, выражениями типа *белый свет*. В то же время в ряде восточных лингвокультур, в частности в китайской и японской традициях, белый цвет может быть связан не только с чистотой, но и с трауром, смертью, переходом в иной мир. Такое сопоставление позволяет учащимся увидеть, что цветовые значения не являются универсальными: они зависят от культурного опыта народа, религиозных представлений, обрядов и устойчивых символических ассоциаций. Так учащиеся приходят к выводу, что цветовая символика зависит от ситуации и культурной среды.

Одним из центральных заданий является игра «Угадай значение идиомы». Команды получают карточки с выражениями типа *to feel blue*, *to see red*, *кара ягу*, *ак бай*. Сначала учащимся предлагается самостоятельно, без словаря сформулировать значение устойчивых выражений. В этом случае, как правило, они опираются на буквальный перевод. Затем им предлагается короткий контекст, который помогает уточнить смысл выражения. Например, английский фразеологизм *to feel blue* связывается с грустным, подавленным состоянием человека. Его можно рассмотреть в ситуации, когда герой переживает неудачу или разлуку: *After his best friend moved to another city, Tom felt blue for several days* («После того как его лучший друг переехал в другой город, Том несколько дней грустил»). В данном случае синий цвет передаёт эмоциональное состояние печали и одиночества.

Фразеологизм *to see red* употребляется в контексте сильного раздражения, гнева или вспышки ярости. Например: *When Anna saw that someone had broken her project, she saw red* («Когда Анна увидела, что кто-то сломал её проект, она пришла в ярость»). Здесь красный цвет ассоциируется не просто с внешним признаком, а с интенсивной эмоциональной реакцией человека.

Благодаря этому школьники сами видят ограниченность буквального перевода и необходимость культурного комментария. На станции «**Blue mood**» учащиеся работают с колоративными выражениями, включающими номинации голубого или синего цвета, например: *to feel blue* — букв. «чувствовать синеву», т. е. «пребывать в подавленном состоянии»; *out of the blue* — «из синевы», т. е. «неожиданно, внезапно»; *blue blood* — «голубая кровь», т. е. «об аристократическом происхождении». На станции «**Зелёное золото**» рассматриваются выражения с зелёным компонентом: *green with envy* — «позеленевший от зависти»; *тоска зелёная* — «сильная скука,

уныние». На станции «Кып-кызыл» учащиеся анализируют фразеологизмы с красным компонентом, например: *to see red* — «увидеть красноту», т. е. «прийти в ярость»; *red tape* — «красная лента», т. е. «бюрократическая волокита»; *краснеть от стыда*; *кызыл кар яугач* — «когда красный снег пойдёт», т. е. «никогда». На станции «Black and white meanings» внимание уделяется выражениям с компонентами *чёрный* и *белый*: *black sheep* — «черная/паршивая овца», т. е. «о человеке, отличающемся от других в отрицательном смысле»; *white lie* — «белая ложь», т. е. «ложь во благо»; *чёрная неблагодарность*; *белый свет*; *кара язу* — «черный топор», т. е. «клеветать, очернять»; *ак бай* — «белый богач», т. е. «представитель зажиточного слоя».

Задание на каждой станции строится по единой логике: учащиеся соотносят выражение с предложенной ситуацией, подбирают возможный аналог в другой лингвокультуре, объясняют переносное значение фразеологизма и формулируют короткий культурный вывод. Такой формат позволяет не только закрепить значение колоративных выражений, но и показать, что один и тот же цвет в разных языках может передавать различные эмоциональные, оценочные и культурные смыслы.

Показательной является работа с выражением *black sheep*. При буквальном переводе оно может восприниматься как описание животного, однако в контексте *Everyone in the family became a doctor, but Jack chose to be a musician, so his relatives called him the black sheep of the family* («Все в семье стали врачами, но Джек решил стать музыкантом, поэтому родственники называли его черной/паршивой овцой/человеком не таким, как все»). обозначает человека, который отличается от группы и оценивается отрицательно. При сопоставлении с русским выражением *белая ворона* учащиеся замечают, что близкая коммуникативная ситуация в разных языках может оформляться через разные образы и «цветовые коннотации». Такое задание помогает не только запомнить идиому, но и понять сам механизм межкультурного различия.

Творческий блок курса предполагает проектную деятельность и создание собственного учебного продукта. Это может быть мини-книга, цветовая карта идиом, серия иллюстрированных карточек или мини-плакат. В ходе такой работы учащиеся выбирают выражения, подбирают примеры, оформляют материал, объясняют значения и при необходимости добавляют русские или татарские параллели. Подобный формат важен тем, что подросток не просто повторяет готовую информацию, а перерабатывает её в собственное высказывание и встраивает в свою фразеологическую картину мира.

Реализация курса требует соблюдения ряда методических условий. Во-первых, материал должен быть соответствовать возрасту и языковому уровню девятиклассников. Во-вторых, игровые и творческие задания должны быть связаны общей логикой и постепенно усложняться. В-третьих, необходимы визуальные опоры: карточки, цветовые схемы, иллюстрации, таблицы сравнения. В-четвёртых, каждое игровое задание должно завершаться

рефлексией. Без обсуждения игра может остаться развлечением, тогда как рефлексия помогает перевести впечатление в образовательный результат.

Роль педагога в данной модели состоит не только в объяснении значений, но и в организации безопасной коммуникативной среды. При работе с идиомами ошибочные версии неизбежны, и их важно использовать как часть учебного поиска. Если учащийся буквально понял выражение, это становится поводом показать, почему прямой перевод не сработал. Педагог направляет обсуждение, помогает избежать слишком широких культурных обобщений и обращает внимание на зависимость значения от контекста.

Курс «Языкова палитра мира» прошел апробацию в 9 классе МБОУ «СОШ 7 г. Азнакаево» РТ в декабре 2025. Проведенные внеурочные занятия показали, что колоративный материал воспринимается подростками как доступный и интересный. Учащиеся активно включались в обсуждение ассоциаций, называли примеры из русского языка, пытались находить татарские параллели и охотно работали с карточками. Наибольший интерес вызвали те выражения, где буквальный перевод расходился с реальным значением. Именно такие случаи создавали эффект неожиданности и побуждали школьников искать объяснение через внутреннюю форму и переносное (метафорическое и/или метонимическое) значение.

В ходе реализации курса было замечено, что игровой формат повышает активность учащихся с разным уровнем подготовки. Командная работа позволяла распределять роли: один ученик читал выражение, другой предлагал перевод, третий искал аналог, четвёртый формулировал общий вывод. Благодаря этому даже менее уверенные школьники могли включиться в интеллектуально-творческую деятельность. Ошибка воспринималась не как неудача, а как этап поиска, что снижало тревожность и поддерживало речевую инициативу.

Одним из показателей освоения курса стал ученический продукт — мини-книга, в которой были представлены цветовые выражения и культурные ассоциации. Её ценность состояла не только в оформлении, но и в самостоятельной переработке материала. Например, одна из учениц (Г.А.) 9 класса отобрала примеры, сопоставила английские, русские и татарские цветовые значения, подобрала иллюстрации и представила результат. Такой продукт показывает, что межкультурная коммуникативная компетенция развивается через деятельность, где соединяются язык, культура, визуальность и личное отношение подростка.

Анализ результатов проведенного опроса среди учащихся 9 класса, посещавших внеурочные занятия по английскому языку, позволил выделить несколько положительных изменений. В частности, учащиеся отмечали, что стали внимательнее относиться к переносным значениям, реже ограничивались буквальным переводом, активнее сопоставляли английские выражения с языковым материалом родного языка. В рефлексивных ответах они отмечали, что один и тот же цвет может иметь разные зна-

чения в разных языках, а для понимания идиомы важно учитывать контекст. Вместе с тем были выявлены и трудности: некоторые выводы школьников о культуре оказывались слишком обобщёнными, поэтому требовали мягкой педагогической корректировки.

Выводы

Таким образом, модель внеклассного игрового курса «Языковая палитра мира» может рассматриваться как эффективный ресурс развития межкультурной коммуникативной компетенции обучающихся 9 класса. Её преимущество заключается в соединении доступной темы, игровой формы и лингвокультурного анализа. Цветовые

идиомы дают конкретный языковой материал, игра обеспечивает мотивацию и включённость, а рефлексия помогает сделать полученный опыт осознанным.

Практическая значимость курса состоит в возможности его применения во внеклассной работе по английскому языку в основной школе. Материалы курса можно адаптировать под разные классы, уровни подготовки и поликультурный состав обучающихся. Перспективным является расширение курса за счёт новых цветовых выражений, пословиц, мини-проектов и сравнительных заданий. В целом курс показывает, что работа с колоративным кодом помогает школьникам увидеть за языковой формой культурный смысл и тем самым способствует более глубокому освоению иностранного языка.

Литература:

1. Бим И. Л. Теория и практика обучения немецкому языку в средней школе: проблемы и перспективы. — М.: Просвещение, 1988. — 254 с.
2. Воробьев В. В. Лингвокультурология: теория и методы. — М.: Изд-во Российского университета дружбы народов, 1997. — 331 с.
3. Пассов Е. И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению. — М.: Просвещение, 1991. — 223 с.
4. Соловова Е. Н. Методика обучения иностранным языкам: базовый курс. — М.: АСТ: Астрель, 2008. — 238 с.
5. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М.: Изд-во МГУ, 2008. — 352 с.

Кулинарная лексика как составляющая стиля жанра фэнтези

Гулая Екатерина Максимовна, студент магистратуры

Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена (г. Санкт-Петербург)

Статья посвящена анализу кулинарной лексики как значимого стилистического компонента в жанре фэнтези. На материале произведений Дж. Р. Р. Толкина, Дж. Мартина, К. С. Льюиса и Дж. К. Роулинг рассматриваются способы создания вторичного мира через описание еды, застолий и процессов приготовления пищи. Выделяются такие стилистические особенности, как образный язык, архаизация, авторские неологизмы, детализация, символизм и контрастность.

Ключевые слова: кулинарная лексика, жанр фэнтези, вторичный мир, стилистические особенности, архаизация, неологизмы, символизм, Дж. Р. Р. Толкин, Дж. Мартин, К. С. Льюис, Дж. К. Роулинг.

Жанр фэнтези (англ. *fantasy* — «фантазия», «вымысел») основывается на создании вымышленных миров и восходит к волшебным сказкам, мифологии, средневековым легендам. Он возник относительно недавно — в 60–70-е гг. XX века, но уже получил очень широкое распространение в литературе и других видах искусства.

Одним из родоначальников жанра по праву считается Дж. Р. Р. Толкин. В своем эссе «On Fairy Stories» он вводит понятие вторичного мира (Secondary World) — то есть мира, созданного индивидуальным человеческим воображением, отличного от Первичного Мира объективной действительности. [7, с. 139] С. В. Шамякина пишет, что чем детальнее разработаны история, мифология, культура, география мира, и чем сильнее они отличаются от нашей реальной и от описанных в других произведениях фэнтези — тем выше художественная ценность данного произведения. [8, с. 4]

Важным инструментом, погружающим читателя в вымышленный мир, служит в том числе еда, которая отражает культуру общества, её особенности и ценности.

Вопросы о различных аспектах функционирования кулинарных лексических единиц в художественном тексте в течение долгого времени привлекают внимание ученых в нашей стране [1, 2, 4, 5, 6].

В данной статье мы рассмотрим некоторые стилистические особенности фэнтези произведений, позволяющие автору создать достоверный фантазийный мир. Особое внимание мы уделим кулинарной лексике, как важной составляющей конструирования мира.

Были выделены следующие стилистические особенности:

1. Образный и метафорический язык

Одной из центральных черт стиля фэнтези является насыщенность образным языком, который используется

для детального описания миров, природных пейзажей, магических явлений и необычных существ. Преобладают такие языковые средства, как эпитеты, метафоры, сравнения и гиперболы, которые усиливают эффект художественного воздействия. Например, авторы подробно описывают застолья и различные блюда специфичные для фэнтезийного мира, что создаёт яркий визуальный образ, характерный для жанра. Эта стилистическая черта заимствуется из средневековой литературы, в которой она появляется в результате «многочисленных трансформаций под влиянием изменившихся и меняющихся факторов как лингвистического, так и экстралингвистического характера» [3, с. 86].

Рассмотрим описание подготовки к свадьбе:

«The Lord of White Harbor had furnished the food and drink, black stout and yellow beer and wines red and gold and purple, brought up from the warm south on fat-bottomed ships and aged in his deep cellars. The wedding guests gorged on cod cakes and winter squash, hills of neeps and great round wheels of cheese, on smoking slabs of mutton and beef ribs charred almost black, and lastly on three great wedding pies, as wide across as wagon wheels, their flaky crusts stuffed to bursting with carrots, onions, turnips, parsnips, mushrooms, and chunks of seasoned pork swimming in a savory brown gravy». [13]

George R. R. Martin, "A Dance with the Dragons"

Для описания напитков используется целая палитра красок: black stout, yellow beer, wines red and gold and purple. Это изобилие оттенков передает читателю ощущение праздника. Автор так же играет с размером и формой угощений, гиперболизируя их для эпического эффекта: hills of neeps (холмы из репы), great round wheels of cheese (огромные круглые колеса сыра), pies as wide across as wagon wheels (пироги шириной с колеса телеги). Читатель знает, что такое колесо телеги и может легко осознать масштаб пирогов благодаря знакомому элементу средневекового быта.

Дж. Мартин также подробно описывает температуру и текстуру блюд:

— smoking slabs of mutton (дымящиеся куски баранины) — слово smoking ассоциируется с ароматной, только что снятой с огня едой. Слово slabs дает ощущение сочности и весомости мяса;

— beef ribs charred almost black (говяжьи ребра обугленные почти до черноты) — обугленные ребра с горьковатой, хрустящей корочкой читатель может «почувствовать на вкус», такого эффекта не удалось бы достичь если бы автор использовал более распространенное слово «приготовленные»;

— swimming in savory brown gravy (плавающие в насыщенном коричневом соусе) — глагол swimming вызывает яркие вкусовые ассоциации благодаря своей динамичности, он оживляет картинку, создавая образ сочного, обильного содержимого.

Рассмотрим еще один пример описания пира из «Покоителя зари» К. С. Льюиса:

"There were turkeys and geese and peacocks, there were boars' heads and sides of venison, there were pies shaped like ships under full sail or like dragons and elephants, there were ice puddings and bright lobsters and gleaming salmon, there were nuts and grapes, pineapples and peaches, pomegranates and melons and tomatoes. There were flagons of gold and silver and curiously wrought glass; and the smell of the fruit and the wine blew towards them like a promise of all happiness." [10]

C. S. Lewis, "The Chronicles of Narnia: The Voyage of the Dawn Treader"

Синтаксически данный отрывок выделяется анафорическим повтором конструкции «there were», а также многократным повтором союза «and», что создает эффект бесконечного потока блюд. Визуальная образность представлена сравнениями и эпитетами. Пироги сравниваются по форме с парусными кораблями, драконами и слонами. Данное сравнение служит как для визуализации пира, так и является метафорой пройденного персонажами пути, включающего путешествие на корабле и схватку с драконом. Эпитеты передают цвет и текстуру блюд, позволяя читателю представить яркие лобстеры и переливающийся лосось. В последнем предложении визуальная образность сменяется обонятельной. Запах фруктов и вина сравнивается с обещанием всего счастья (the smell of the fruit and the wine blew towards them like a promise of all happiness).

2. Архаизация и историческая стилизация

Фэнтези активно использует элементы архаичной лексики, стилизованной под мифологические и средневековые традиции. Это проявляется в использовании старинных слов и конструкций, специфических форм обращений, а также синтаксических конструкций, подражающих языку исторических хроник и сказаний.

Пример описания средневекового пира:

«Ramsay hacked off slices with his falchion and Wyman Manderly himself served, presenting the first steaming portions to Roose Bolton and his fat Frey wife, the next to Ser Hosteen and Ser Aenys, the sons of Walder Frey. "The best pie you have ever tasted, my lords," the fat lord declared. "Wash it down with Arbor gold and savor every bite. I know I shall" [13]

George R. R. Martin, "A Dance with the Dragons".

Тонкий подбор слов и описание действий уносит читателя в прошлое. Используется глагол «to hack», что означает рубить силой и вызывает ассоциации со средневековым варварством и насилием. Это не современное «to cut» или «to slice». Инструментом для нарезания выступает исторический тип холодного оружия «falchion» — широкий и тяжелый меч изогнутой формы. Можно было бы использовать более привычные слова, такие как «knife» или «sword», однако автор делает выбор в пользу специфического исторического термина, погружая читателя в контекст эпохи. Сам акт разрезания пирога огромным боевым мечом является символическим жестом, показывая мир, где граница между пиром и насилием, оружием и инструментом размыта.

Четкое описание порядка раздачи еды становится отражением феодальной иерархии. Сначала еду полу-

чает сюзерен Русе Болтон, затем его семья, после них — важные вассалы Фрей. Этот ритуал, подчеркивающий статус, власть и социальные обязательства — элемент исторической стилизации.

3. Создание уникальных языков и имён

Особенностью жанра является изобретение авторских языков, систем письма и ономастики, которые играют ключевую роль в формировании уникальной атмосферы. Новые имена персонажей, топонимы и названия артефактов часто включают сложные фонетические и семантические конструкции, обеспечивающие их отличие от реальных языков (например, «Гэндальф», «Мордор», «Лотлориэн»).

Авторы также придумывают уникальные названия продуктов питания. К примеру, Дж. Толкин во Властелине колец упоминает вымышленный им эльфийский хлеб лембас:

‘I thought it was only a kind of cram, such as the Dale-men make for journeys in the wild,’ said the Dwarf.

‘So it is,’ they answered. ‘But we call it lembas or waybread, and it is more strengthening than any food made by Men, and it is more pleasant than cram, by all accounts.’ [16]

John R. R. Tolkien, “The Lord of the Rings”

Лембас — слово из эльфийского языка звучит музыкально и экзотично на контрасте с простым человеческим «cram». Рядом дается перевод-объяснение «or waybread», однако он не передает полностью значение вымышленного слова. Для Властелина колец Дж. Толкиен специально разработал эльфийский язык Синдарин, который содержит в себе пласт эльфийской культуры. Слово состоит из двух синдаринских корней: *lend* — путешествие и *bass* — хлеб. [15, с. 269]

Рассмотрим еще один пример из Гарри Поттера, где магический мир наполнен волшебными сладостями, названия которых являются авторскими неологизмами:

“...he was ready to buy as many Mars Bars as he could carry — but the woman didn’t have Mars Bars. What she did have were Bertie Bott’s Every-Flavour Beans, Drooble’s Best Blowing Gum, Chocolate Frogs, Pumpkin Pasties, Cauldron Cakes, Liquorice Wands and a number of other strange things Harry had never seen in his life.” [14]

J. K. Rowling, “Harry Potter and the Philosopher’s Stone”

Анализируемый отрывок начинается с важного противопоставления. Гарри хочет купить знакомый ему продукт — шоколадный батончик Mars, уже ставший именем нарицательным, элементом обыденного мира. Ему сразу противопоставляется авторский неологизм — Bertie Bott’s Every-Flavour Beans. Разобьем данное название по составу и подробнее изучим его многослойную структуру:

Первое определение «Bertie Bott’s» — имя собственное с апострофом, напоминающее названия настоящих брендов, таких как McDonald’s или Trader Joe’s, что создает ощущение наличия реального производителя с историей и репутацией, стоящего за вымышленным брендом.

В определении «Every-Flavour» прилагательное *every*, словно преувеличение, обещает невозможное: беско-

нечное количество вкусов, даже тех, что не встретить в обычной жизни.

Основа «Beans» — привычное слово из реального мира, вызывающее у читателя ассоциации с популярной сладостью — желевыми бобами (jelly beans).

Этот, а также другие перечисленные неологизмы из отрывка, строятся по похожему принципу смешения знакомого и незнакомого, где знакомая основа обеспечивает узнаваемость, а незнакомый определитель сигнализирует о том, что предмет относится к волшебному миру.

4. Детализация вымышленного мира

Ключевой стилистической особенностью фэнтези является значительное внимание к описанию мира, включая его географию, флору, фауну, социальные структуры, магические законы и культуру. Авторы детализируют не только физическое устройство мира, но и его мифологию, философию и историю, создавая иллюзию его реальности.

В том числе, часто очень подробно описываются застолья, блюда, а также процесс готовки. Рассмотрим детализированный рецепт горячего вина, который Дж. Мартин приводит в «Буре мечей»:

«Jon built a cookfire, claimed a small cask of Mormont’s favorite robust red from stores, and poured it into a kettle. He hung the kettle above the flames while he gathered the rest of his ingredients. The Old Bear was particular about his hot spiced wine. So much cinnamon and so much nutmeg and so much honey, not a drop more. Raisins and nuts and dried berries, but no lemon, that was the rankest sort of southron heresy—which was queer, since he always took lemon in his morning beer. The drink must be hot to warm a man properly, the Lord Commander insisted, but the wine must never be allowed to come to a boil. Jon kept a careful eye on the kettle». [12]

George R. R. Martin, “A Clash of Kings”

Подобная детализация позволяет читателю поверить в реальность происходящего в романе. Автор очень подробно описывает процесс приготовления горячего вина: описывается какое именно вино используется (малая бочка любимого крепкого красного вина Мормонта) и вся последовательность действий, произведенных над ним.

Фраза «...lemon, that was the rankest sort of southron heresy» (лимон -наихудшая разновидность южной ереси) позволяет читателю лучше осознать географию кулинарных предпочтений в вымышленном Весторосе.

В реалистичной прозе такие детали могли бы быть излишними. Но в фэнтези они играют важную роль. Детали позволяют читателю словно погрузиться в описываемый мир: поймать запах корицы и мускатного ореха, ощущать тепло огня, услышать, как вино начинает закипать.

5. Символизм

Одним из главных кулинарных символов во Властелине колец Дж. Р. Р. Толкиена служит ранее упомянутый эльфийский хлеб — лембас. Он поддерживает телесные и духовные силы подобно христианской «агапе» или «манне небесной». Этот сакральный хлеб нельзя есть без

уважения, так как он связан с миром света и символизирует высшую благодать, противоположную грубой пище мира людей.

В Хоббите же, пир в главе «An Unexpected Party» становится символом инициации героя: Бильбо, привыкший к размеренной жизни, вовлекается в чужой мир приключений. Пир открывает переход в иное пространство, становится порогом между «обыденным» и «волшебным». Расшатывание привычного уклада (пустые буфеты, перевернутый чай) символизирует внутреннюю трансформацию героя.

6. Контрастность

Фэнтези строится на противопоставлениях, таких как добро и зло, свет и тьма, магия и технология. Контрасты усиливают драматизм и подчёркивают ключевые конфликты произведения.

Сравним два описания пищи из «Игры престолов» Дж. Мартина:

Так писатель описывает скудную пищу жителей Королевской гавани:

“In the Bottom there were pot shops along the alleys where huge tubs of stew had been simmering for years, and you could trade half your bird for a heel of **yesterday’s bread** and a **“bowl o’ brown,”** and they’d even stick the other half in the fire and crisp it up for you, as long as you plucked the feathers yourself.” [11]

А так описывается один из многочисленных королевских пиров:

“Later came sweetbreads **and** pigeon pie **and** baked apples fragrant with cinnamon **and** lemon cakes frosted in sugar, but by then Sansa was so stuffed that she could not manage more than two little lemon cakes, as much as she loved them. She was wondering whether she might attempt a third when the king began to shout.” [11]

George R. R. Martin, “A Game of Thrones”

Заметен резкий контраст между скудной пищей простых людей и изобильными пирами господ. В мифопоэтике пир и голод — традиционные антиподы, символизирующие порядок и хаос, жизнь и смерть.

Проведённый анализ показывает, что кулинарная лексика в жанре фэнтези является многофункциональным стилистическим инструментом. Она активно участвует в построении достоверного вторичного мира, способствуя его детализации и погружению читателя. Выделенные особенности, образность, архаизация, авторские неологизмы, детализация, символизм и контрастность, реализуются через описание еды, застолий, процессов приготовления пищи. Кулинарные образы помогают раскрывать социальную иерархию, культурно-географические различия, маркировать переходы между обыденным и волшебным, а также служат средством характеристики персонажей и их внутренней трансформации. Таким образом, включение кулинарной лексики в ткань фэнтезийного повествования повышает художественную ценность произведения, усиливает эффект присутствия и делает созданный мир более живым и многомерным.

Литература:

1. Валенцова М. М. Терминология хлебов в календарной обрядности чехов и словаков. Типы мотивации // Славянское и балканское языкознание. Проблемы лексикологии и семантики. Слово в контексте культуры. М.: Индрик, 1999. С. 99–122.
2. Вышенская Ю. П. Аспекты соприкосновения языкового и неязыкового в процессе формирования художественного стиля (на материале поэмы «Sir Gawain and the Green Knight») // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. 3 (42). С. 43–47.
3. Вышенская Ю. П. Стилистическая техника “Cogito Risibile” в текстах фэблии // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2023. Т. 9 №. С. 24–33.
4. Вышенская Ю. П. Стил средневековой художественной коммуникации в рамках теории ориентировочной деятельности (на материале поэмы Дж. Чосера «The Canterbury Tales») // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 3 (42). С. 43–47.
5. Загряжская Т. Ю. Коды французской кухни в контексте нарративных текстов // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2018. № 2. С. 51–76.
6. Михайлова Е. Н., Яковлева Е. В. Феномен застольной беседы в парадигмах ренессансного разговорника // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2025. 3 Т. 18. № 6. С. 2661–2666.
7. Толкин Дж. Р. Р. О волшебных сказках // Толкин Дж. Р. Р. Дерево и Лист. О волшебных сказках / Пер. с англ. С. Кошелева. — М.: АСТ, 2023. — С. 119–218.
8. Шамякина С. В. Литература фэнтези: дифференциация понятия и жанровая характеристика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bsu.by/Cache/pdf>
9. Lewis, C. S. The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe. — London: Geoffrey Bles, 1950. — 208 p.
10. Lewis, C. S. The Chronicles of Narnia: The Voyage of the Dawn Treader. — London: Geoffrey Bles, 1952. — 223 p.
11. Martin, G. R. R. A Song of Ice and Fire: A Game of Thrones. — New York: Bantam Books, 1996. — 694 p.
12. Martin, G. R. R. A Song of Ice and Fire: A Clash of Kings. — New York: Bantam Books, 1998. — 768 p.
13. Martin, G. R. R. A Song of Ice and Fire: A Dance with Dragons. — New York: Bantam Books, 2011. — 1016 p.
14. Rowling, J. K. Harry Potter and the Philosopher’s Stone. — London: Bloomsbury, 1997. — 223 p.

15. Salo, D., A gateway to Sindarin: a grammar of an Elvish language from J. R. R Tolkien's Lord of the rings. The University of Utah Press, 2004 — p. 269
16. Tolkien, J. R. R. The Lord of the Rings. — London: George Allen & Unwin, 1954–1955. — 1178 p.

Языковые средства выражения агрессии в публицистическом дискурсе

Заверюхина Ксения Игоревна, студент магистратуры
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Данная работа посвящена механизмам репрезентации агрессии в публицистическом дискурсе. В исследовании анализируются лингвистические стратегии выражения негативной оценки, которые оказывают влияние на речевую культуру и могут способствовать нарушению этических норм общения. Публицистический дискурс рассматривается как источник эмпирических данных, позволяющий выявить общезыковые и коммуникативные тенденции, связанные с распространением ненормативной и инвективной лексики.

Ключевые слова: публицистический дискурс, речевая агрессия, инвективная лексика, обценная лексика.

Тема агрессии представляет собой область продолжительного научного интереса, охватывающего различные дисциплины (лингвистику, психологию, политологию, историю и др.). Внимание к речевой агрессии в публицистическом медиадискурсе обусловлено существующей в современной культурно-речевой среде эскалацией агрессивности, которая обнаруживается «в повышении эмоционального градуса общения, в активизации инвективной лексики» [1]. В публицистическом тексте агрессия может выражаться как открыто и прямо, так и завуалированно. В рамках исследования мы рассматривали языковые средства, выраженные в публицистическом дискурсе эксплицитно (прямо) и имплицитно (косвенно).

В современной лингвистике фокус исследования агрессии направлен на концептуальное определение речевой агрессии, под которой О. Н. Быкова подразумевает «форму речевого поведения, нацеленного на оскорбление или преднамеренное причинение вреда человеку, группе людей, организации, или обществу в целом» [2]. В свою очередь под речевой агрессией в публицистическом медиадискурсе Е. Н. Басовская трактует как «все виды наступательного, доминирующего речевого поведения» [3].

Целью данного исследования является изучение языковых средств выражения агрессии в публицистическом дискурсе на материале российских общественно-политических газет. Исследовательской базой стали публикации следующих электронных общественно-политических газет: «Известия», «Газета.Ру», «Белпресса», «Рамблер.Ру», «Коммерсантъ», «ZP.NEWS.RU», «Лента.Ру».

Средства выражения речевой агрессии условно делятся на эксплицитные (явные) и имплицитные (скрытые). Эксплицитная агрессия предполагает открытое выражение негативного отношения к объекту: использование прямых оскорблений, унижительной лексики, грубых эпитетов. Имплицитная агрессия, напротив, выражается завуалированно, с помощью намёков, иронии, сарказма, эвфемизмов. Отметим, что выбор эксплицитного или имплицитного

способа зависит от жанра и коммуникативной ситуации.

Агрессивное содержание высказывания передаётся с помощью различных языковых средств. Рассмотрим основные группы таких лексических единиц и характерные контексты их употребления в публицистических текстах.

Инвективная лексика — это слова и выражения, непосредственно направленные на оскорбление адресата или обозначаемого лица/явления. К инвективам относятся бранные слова (необязательно нецензурная лексика), уничижительные названия, обидные прозвища. В журналистике инвективная лексика служит маркером агрессии. Проведённый анализ показывает, что наиболее острые инвективные высказывания характерны для политических статей, особенно изданий, не придерживающихся строгого нейтрального стиля. Ярким примером подобного приёма служит фраза «Эти горе-реформаторы снова обещают нам светлое будущее», в которой инвективный потенциал реализуется сразу на нескольких уровнях: лексема «горе-реформаторы» с уничижительной приставкой «горе-» сразу же дискредитирует объект высказывания, выставляя его деятелей некомпетентными и несостоятельными, а наречие «снова» подчёркивает повторяемость пустых обещаний, формируя коннотацию обмана и недоверия. Особую саркастическую окраску придаёт высказыванию устойчивое идеологическое клише «светлое будущее», которое в данном контексте утрачивает своё первоначальное возвышенное значение и превращается в насмешку, обнажая разрыв между громкими декларациями и реальными результатами. Таким образом, инвектива в публицистике выполняет одновременно экспрессивную, оценочную и манипулятивную функции, поскольку, апеллируя к эмоциям читателя, она навязывает ему готовую негативную оценку, экономит языковые средства и придаёт тексту полемическую остроту, однако злоупотребление подобной лексикой нередко снижает объективность материала, нарушает нормы журналистской

этики и может граничить с речевой агрессией. Подобные политически окрашенные инвективы нередко появляются в материалах о международных конфликтах в газетах «Известия», «Коммерсантъ», «Газета.Ру», «Рамблер.Ру».

Кроме идеологически заряженных инвектив, в публицистике встречаются и «бытовые» оскорбления: «лгун», «провокаатор», «невежда», «предатель» и т. п. Так, в статье «Прославленные ублюдки» в газете «Известия» автор использует инвективную лексику: «Подружка уродов тоже их защищает...» [4]. В данной статье автор изображает агрессию, широко используя слово *уроды*, при этом, подкрепляя его негативной оценкой *моральные, распушают хвосты, некоторым только того и надо, чтобы прославиться любой ценой*.

Анализ речей высших должностных лиц демонстрирует минимум эксплицитной агрессии. Как показало исследование политических статей рассматриваемых источников, в частности, газет «Известия», «Коммерсантъ», «Газета.Ру», авторы используют эвфемизмы: агрессия смещена в подтекст, выражается через осторожные негативные оценки, отрицательные предикаты («осуждает», «сожалеет», «отвергает»). Подобная имплицитная агрессия позволяет передавать жёсткие послания (неодобрение, угрозу санкциями, претензии) без нарушения этикета официальной коммуникации.

Литература:

1. Воронцова, Т. А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход [Электронный ресурс] // Диссерт. на соиск. степ. докт. филологич. наук. — URL: <https://www.dissercat.com/content/recheyaya-agressiya-kommunikativno-diskursivnyi-podkhod>
2. Быкова, О. Н. Речевая (языковая, вербальная) агрессия / Теоретические и прикладные аспекты речевого общения / Вестник Российской риторической ассоциации. Вып. 1(8). Красноярск, 1999. С. 96–99.
3. Басовская, Е. Н. Творцы черно-белой реальности: о вербальной агрессии в средствах массовой информации / Е. Н. Басовская // Критика и семиотика. — Новосибирск: НГУ, Вып. 7. — 2004. — С. 257–263.
4. Петровская, И. Прославленные ублюдки [Электронный ресурс]. — URL: <https://iz.ru/news/361460>

В публицистическом дискурсе довольно редки случаи употребления обсценной, стилистически сниженной лексики и, как правило, ее использование встречается в альтернативных новостных источниках.

Речевая агрессия в публицистическом дискурсе реализуется как открыто (инвективы и обсценная лексика), так и завуалированно (ирония, эвфемизмы и буферная лексика). В официальном публицистическом медиадискурсе преобладает имплицитная агрессия в форме нейтрально-оценочных высказываний. Особенно ярко агрессия выражена в текстах о различных конфликтах — посредством введения в текст политически ангажированной лексики и конфронтационных диалогов.

В публицистическом дискурсе агрессия чаще всего выражается посредством следующих частей речи: имен существительных (инвективы, ярлыки: *враг, каратель, нацист*); прилагательных (оценочные: *безумный, предательский*); глаголов действия (*уничтожить, подавить, изгнать*); наречий (*жестко, беспоощадно*).

Таким образом, проведённое исследование доказывает, что агрессия в СМИ стала инструментом воздействия на массовое сознание, но при этом сопровождающая её деканонизация языковых норм в публицистическом медиaprостранстве угрожает речевой культуре и нормам публичного общения.

Английский язык как глобальный язык общения

Календжян Екатерина Сергеевна, учитель английского языка, заместитель директора по УМР
МОБУ СОШ № 18 г. Сочи (Краснодарский край)

Статья посвящена анализу статуса английского языка как средства международной коммуникации и его роли в современном образовательном процессе.

В работе рассматриваются ключевые факторы, способствовавшие становлению английского языка в качестве глобального: историческое развитие, экономическое и политическое влияние англоговорящих стран, распространение массовой культуры, а также роль интернета и цифровых технологий. Особое внимание уделяется педагогическим аспектам преподавания английского языка в условиях глобализации: необходимости адаптации учебных программ, развитию межкультурной компетенции учащихся и использованию современных методик обучения.

Автор анализирует влияние доминирования английского языка на мировую образовательную систему и выявляет преимущества владения им для профессионального и личностного роста учащихся. В статье приводятся примеры успешных педагогических практик, направленных на повышение мотивации школьников и студентов к изучению английского языка, а также даются рекомендации по интеграции актуальных языковых материалов (медиаконтент, онлайн-ресурсы) в учебный процесс.

Результаты исследования могут быть полезны преподавателям иностранных языков, методистам, разработчикам образовательных программ и всем, кто интересуется вопросами языковой глобализации и педагогики.

Ключевые слова: английский язык, глобализация, международный язык общения, преподавание иностранных языков, межкультурная коммуникация, мотивация к изучению языка, современные методики обучения.

Введение

Английский язык, преодолев границы своего происхождения, утвердился в качестве ведущего инструмента межкультурной коммуникации. В настоящее время он функционирует как *lingua franca*, обеспечивая взаимопонимание между носителями различных национальных языков. Его доминирующее положение обусловлено совокупностью исторических, экономических, технологических и культурных предпосылок.

Путь английского языка от империи к мировой арене

Зарождение и распространение английского языка тесно связано с эпохой Британской империи, чья экспансия в XVII-XIX веках оставила неизгладимый след. В период своего наивысшего могущества Британская империя простиралась на огромные территории, и английский язык стал неотъемлемой частью административной и образовательной систем в колониях, разбросанных по Африке, Азии, Америке и Океании. Даже после обретения независимости многие из этих бывших колоний продолжали использовать английский как официальный язык, либо в сочетании с родными языками, либо как основной инструмент государственного управления и обучения.

В XX веке глобальное доминирование Соединенных Штатов Америки стало новым мощным импульсом для укрепления позиций английского языка. Американская экономическая мощь, ее культурные продукты, такие как фильмы, музыка и литература, а также передовые технологические разработки, сделали английский язык универсальным средством общения в сфере международного бизнеса, научных исследований и индустрии развлечений.

Представьте себе такую картину: японский пилот ведет переговоры с диспетчером в Дубае. Бразильский ученый публикует свое исследование для коллег из Германии. А корейская поп-звезда общается с фанатами из Аргентины. Что же их всех связывает? Ответ до банальности прост — английский язык.

Сегодня английский — это не просто еще один иностранный язык. Он превратился в настоящий «лингва-франка», универсальный мост, соединяющий людей, чьи родные языки совершенно разные. Как же так получилось, и почему это так важно именно для тебя? Давай разбираться вместе!

Как английский стал королем мира?

Не всегда английский занимал эту почетную позицию. Веками наукой и дипломатией правили латынь, французский, а иногда и греческий. Но два события кардинально изменили ход истории:

Британская империя: Благодаря ее колоссальному влиянию, английский язык распространился по всем уголкам планеты — от Северной Америки до Австралии, от Африки до Азии.

Экономический бум США в XX веке: Это стало решающим фактором. Английский прочно утвердился как язык бизнеса, авиации, компьютеров и, конечно же, мировой поп-культуры — Голливуда, музыки, интернета.

Сегодня на английском говорят около 1,5 миллиарда человек. Но вот что интересно: менее 400 миллионов из них — это его носители. Остальные используют английский как второй или иностранный. Это значит, что в большинстве случаев, когда вы будете общаться на английском, вашим собеседником будет такой же человек, как вы, из Китая, Германии, Турции или Египта, а не обязательно британец или американец.

Где мы встречаем этот «глобальный» английский?

Чтобы использовать английский, вам совсем не обязательно лететь в Лондон или Нью-Йорк. Он уже повсюду вокруг вас:

Технологии и интернет: Подавляющее большинство сайтов, программный код и социальные сети (Instagram¹, YouTube, X) работают на английском. Слова вроде *like*, *share*, *subscribe*, *comment* стали частью нашего повседневного лексикона, понятного во всем мире.

Наука и образование: Более 80 % всех научных журналов публикуются именно на английском. Мечтаете учиться в престижном университете мира, будь то MIT, Оксфорд, или даже вузы Нидерландов и Швеции? Тогда без международного экзамена (TOEFL или IELTS) не обойтись.

Бизнес и путешествия: Английский — это официальный язык мировой авиации (пилоты обязаны им владеть), морской навигации и всех глобальных компаний. Даже внутри таких гигантов, как Samsung или Toyota, служебная переписка часто ведется на английском. **Развлечения:** Ваши любимые сериалы на Netflix, популярные видеоигры (Fortnite, Minecraft) и вирусные тренды в TikTok чаще всего появляются сначала на английском языке.

¹ Продукт компании Meta, деятельность которой признана экстремистской и запрещена на территории России.

Важное открытие: носители языка больше не «хозяева»

Одна из самых важных идей современного глобального английского заключается в том, что вам совершенно не нужно стремиться звучать как британский профессор или голливудская звезда.

Большинство диалогов на глобальном английском происходит между людьми, для которых он не является родным. Представьте: китайский бизнесмен обсуждает поставки с мексиканским поставщиком, или русский геймер общается с немецким напарником по команде. В таких ситуациях главное — это ясность, чтобы вас поняли, а не идеальная грамматика или безупречное произношение.

Главный совет: Перестаньте переживать об акценте. Сосредоточьтесь на том, чтобы быть понятым.

— Что дает английский современному школьнику?

— Почему стоит вкладывать время и силы прямо сейчас?

— Доступ к информации: Вы сможете читать новости из разных стран, смотреть обучающие ролики по любому хобби и находить ответы на вопросы, которых еще нет на русском языке.

— Карьерные перспективы: Владение английским открывает двери к лучшим вакансиям, международным проектам и возможностям для профессионального роста.

— Расширение кругозора: Вы сможете понимать фильмы, музыку, книги и игры в оригинале, погружаясь

в культуру других стран и получая более полное представление о мире.

— Путешествия без границ: Английский делает поездки за границу намного проще и приятнее, позволяя свободно общаться с местными жителями и ориентироваться в любой стране.

— Развитие мозга: Изучение нового языка тренирует память, улучшает когнитивные способности и развивает критическое мышление.

В общем, английский — это не просто предмет в школе, это ключ к огромному миру возможностей. И чем раньше вы начнете им пользоваться, тем больше преимуществ получите!

Заключение

Подводя итог, можно констатировать, что английский язык занял позицию универсального средства коммуникации, что обусловлено как историческим развитием, так и текущими глобальными тенденциями. Его доминирование открывает значительные возможности, однако одновременно поднимает острые вопросы, касающиеся сохранения языкового многообразия и обеспечения языкового равенства. В условиях нарастающей глобальной взаимозависимости, влияние английского языка будет и далее формировать механизмы обмена информацией, ведения коммерческой деятельности и межкультурного взаимопонимания.

Литература:

1. Crystal D. English as a Global Language. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
2. Graddol D. The Future of English? London: The British Council, 1997.
3. Kachru B. B., Smith L. E. Cultures, Contexts, and World Englishes. New York: Routledge, 2008.
4. McKay S. L. Teaching English as an International Language. Oxford: Oxford University Press, 2002.
5. Jenkins J. English as a Lingua Franca: Attitude and Identity. Oxford: Oxford University Press, 2007.
6. Аракин В. Д. История английского языка. М.: Физматлит, 2003.
7. Прошина З. Г. Контактная вариантология английского языка: Проблемы теории. World Englishes paradigm. М.: Флинта: Наука, 2017.
8. Гальскова Н. Д., Гез Н. И. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика. М.: Академия, 2006.
9. Сакаева Л. В. Методика обучения иностранным языкам. Казань: КФУ, 2016.

Рецепция медийного дискурса в современной русской прозе 2020-х годов: функции социальных сетей и блогов в нарративной структуре романов Светланы Павловой «Голод» и «Сценаристка»

Лалаева Анастасия Витальевна, студент магистратуры
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)

Статья посвящена исследованию интеграции дискурса социальных сетей и блогов в нарративную структуру современной прозы на материале романов Светланы Павловой 'Голод' (2023) и 'Сценаристка' (2025). Актуальность работы обусловлена необходимостью изучения тех изменений, которые появляются в литературной поэтике, испытывающей

на себе значительное влияние цифровой среды. Совокупность речевых практик, жанровых форм и коммуникативных стратегий, функционирующих в социальных сетях и блогах и называемых в данной статье медийным дискурсом, не только расширяет тематические горизонты современного литературного письма, но и функционирует как новый структурообразующий принцип текста, трансформирующий традиционные повествовательные модели.

Ключевые слова: медийный дискурс, литература тридцатилетних, нарратив, уровни текста, поэтика.

В последнее время современная русская литература претерпевает фундаментальную трансформацию, вызванную всеобъемлющим влиянием социальных сетей, блогов, мессенджеров, иными словами, так называемыми «эго-технологиями», а также новыми медиа на литературное творчество. Сетевая среда оказывается не безразличным носителем, но формирующим и смыслопорождающим фактором литературного текста и литературной жизни [1, с. 43]. Выступая в позиции читателя, мы замечаем, как медийный дискурс воздействует на текст сразу в нескольких аспектах: меняет стилистику, языковую организацию, а также повествовательные стратегии современной прозы. Таким образом, мы видим, как происходит слияние двух привычных нам областей — с одной стороны, текстуальной литературной основы, а с другой стороны, медийных вкраплений, которые вместе способствуют появлению целостного произведения.

Наиболее ярко особенности медийного дискурса проявляют себя в литературе «тридцатилетних». Если рассматривать прозу этого поколения с точки зрения содержания, то писатели-миллениалы обращаются к темам домашнего насилия, потери близких, взросления и самоопределения, построения своей идентичности, к деонтологическим темам: война, очерствение человека *a priori* гуманных профессиях — медик, полицейский, учитель, отношение людей к больным ВИЧ, онкологией, психическими расстройствами и другими заболеваниями [2, с. 6].

Форма же «миллениальских» произведений наследует традиции различных социальных сетей и мессенджеров. Выросшие в эпоху стремительного развития цифровых технологий, нынешние «тридцатилетние» переносят привычные паттерны и реалии цифрового мира в литературу, воссоздавая, привычную им лексическую и композиционную структуру текста. Таким образом, можно говорить о том, что интернет-дискурс и цифровые реалии становятся маркером идентичности целого поколения.

В качестве источников для эмпирической базы исследований, описанных в данной статье, нами были выбраны романы современной русской писательницы Светланы Павловой, чье творчество не только относится к литературе «тридцатилетних», но и представлено теми текстами, которые демонстрируют преемственность медийного дискурса и его адаптацию в рамках прозаического письма. Дебютное произведение писательницы «Голод. Нетолстый роман», а также опубликованная два года спустя «Сценаристка» рассказывают о проблемах, с которыми сталкивалась почти каждая молодая женщина: борьба с расстройством пищевого поведения, одиночество в большом городе, сепарация от родителей, поиск идеального парт-

нёра для романтических отношений, а также попытки найти себя и дело всей жизни.

Для разговора об актуальных проблемах своих ровесниц Светлана Павлова выбирает и соответствующий формат, в котором рецепция медийного дискурса носит комплексный характер и проявляется сразу на нескольких уровнях нарративной структуры текста: композиционный (имитация интерфейса социальных сетей), лексический (включение в текст интернет-лексики, упоминание реалий цифрового мира, заимствование стиля общения, свойственного мессенджерам) и проблемно-тематический (рефлексия о влиянии социальных сетей и блогов на ментальное состояние современных людей, активизации травм и комплексов, сравнении себя с другими, FOMO).

В данной работе мы рассмотрим то, как в упомянутых нами выше романах Светланы Павловой медийный дискурс проявляет себя на композиционном, лексическом и проблемно-тематическом уровнях.

1. Композиционный уровень

Последовательное сюжетное повествование не прерывается, но дополняется вставками, которые имитируют интерфейс определённых социальных сетей так, как если бы мы смотрели фильм и перед нами появлялись бы кадры того, как герой «скроллит ленту» или отправляет сообщение в одном из мессенджеров.

В романе «Голод» общение главной героини Лены с бабушкой показано нам в форме переписки через электронный почтовый ящик. В контексте романа нет ни одной реальной встречи бабушки и взрослой внучки: в «онлайн мире» они обсуждают литературные новинки, Ленины и бабушкины будни, жизненные трудности, снабжая это всё отсылками к общим семейным воспоминаниям. Введение подобной «инородной» части в общую канву текста происходит благодаря типичному для электронной почты маркеру — темой письма: «*RE: немного поэзии*», «*RE: про козловского и бунина*», «*RE: просто здравствуй*». Подобный приём не только задаёт тон тому, что будут обсуждать Лена и её бабушка, но и как бы уведомляет читателя, что сейчас он перенесется из Лениной жизни и потока её мыслей в виртуальную среду.

В «Сценаристке» же в пространстве социальных сетей перед нами разворачивается иная ситуация — Зоя, не-взаимно влюбленная в коллегу-нарцисса Виталика, до-тошно вчитывается в посты его Telegram-канала «Общество спектакля», в которых он насмешливо-циничным тоном обсуждает девушек, коллег по сценарному цеху, новинки кино, и всё то, что вдохновляет его на написание

циничного поста в канале: *«Вообще прикол — откуда же у юных товарищей и товаришек столько желания непременно засунуть себя в кино?»*, *«На днях унылое похмельное свайпанье привело меня к тому, что пришлось ужинать даму»*. Здесь, как и в романе «Голод» Светлана Павлова применяет похожий приём для того, чтобы обозначить переход из мира повествования в онлайн: выделенное полужирным название Telegram-канала Виталика, а также время публикации (04:51, 01:32, 00:58) сообщают читателю, что сейчас он останется один на один с изречениями цинично настроенного к жизни мужчины.

На наш взгляд, писательница вводит подобные композиционные элементы в текст по двум причинам. Во-первых, для того, чтобы в пространстве литературного произведения максимально воссоздать привычный глазу читателя интерфейс, а во-вторых, затем, чтобы с помощью данного приёма охарактеризовать героя. Так, например, из электронных писем мы узнаём, что бабушка Лены очень любит читать и вдумчиво рассуждает о книгах, а горе-любовник Виталик в своих постах-опусах предстаёт перед читателями ещё более манерным и эгоистичным, чем он выглядит в глазах Зои, смотрящей на него через розовые очки.

2. Лексический уровень

Текст обоих романов Светланы Павловой постоянно балансирует между двумя реальностями. С одной стороны, герои ведут активную жизнь: они встречаются с друзьями, ходят на свидания и различные мероприятия, выезжают за город, отправляются в командировки по работе, однако их офлайн существование оказывается не менее насыщенным: *«писали плохие отзывы на книгу на маркетплейсах»*, *«Иногда Сеня развлекалась тем, что находила свой роман на «Авито» и вступала в переписки с потенциальными продавцами»*, *«Ежедневные телемосты с родным городом»*, *«Иногда она сталкерилась в соцсетях»*, *«...периодически отвечала на мои посты с едой или вином комментариями формата «а отработывать когда придём?»»*. По мере прочтения романов у читателя начинает появляться понимание того, что писать произведение о современных реалиях и людях без упоминания виртуального мира — это непозволительная роскошь, которую может позволить себе далеко не каждый автор. Цифровое поведение литературного героя имеет такую же значимость, как и те поступки, которые он совершает в «реальной жизни» в рамках романа.

Литература:

1. Абашева М. П. Новые стратегии письма и чтения в эпоху социальных сетей / М. П. Абашева // Филологический класс. — 2018. — № 2 (52). — С. 43–48.
2. Алтынбаева Г. М., Дорофеева Ю. Г. «Проза отчаянного поколения»: основные черты литературы «тридцатилетних» / Г. М. Алтынбаева, Ю. Г. Дорофеева // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. — 2023. — № 3. — С. 5–10.
3. Павлова С. Голод. Нетолстый роман / С. Павлова // М.: АСТ; Редакция Елены Шубиной. — 2023. — 320 с.
4. Павлова С. Сценаристка / С. Павлова // М.: АСТ; Редакция Елены Шубиной. — 2025. — 384 с.

Писательница также часто упоминает в тексте знакомые читателям реалии цифрового мира: Авито, Twinby, ВКонтакте, Гугл Переводчик, Zoom, Telegram. Они не столько являются фоном для происходящих событий, сколько работают как осознанный художественный приём, который создаёт «эффект присутствия» и делает текст ещё более близким читателю.

3. Проблемно-тематический уровень

Светлана Павлова насыщает образы главных героинь анализируемых нами романов Лены и Зою той тревожностью, которую «подарили» современным женщинам социальные сети. Так, Лена изнуряет себя диетами, издевается над своим телом, потому что хочет следовать навязанным и распространенным Интернетом стандартам красоты, рассматривая в группах ВКонтакте фотографии болезненно худых девушек. Виртуальное пространство постоянно стимулирует болезненную психику героини стремиться к выдуманному идеалу, потому что отгородить себя от других людей, их внешности, красивых тел в онлайн мире просто не представляется возможным.

Сценаристка Зоя же «грешит» тем, что доверяет социальным сетям и платформенным алгоритмам так, как если бы они и правда обладали бы потенциалом к предсказанию. Ожидая результат анализа на ВИЧ, Зоя судорожно «скроллит ленту» и просматривает все рекомендованные видео по данной проблеме каждый вечер перед сном. Более того, героиня считает, что они попадают к ней не по тому, что такова механика работы современных диджитал-приложений, а из-за того, что она и правда больна и судьба таким образом посылает ей знаки.

В данной статье мы рассмотрели то, каким образом рецепция медийного дискурса проявляется на композиционном, лексическом и проблемно-тематическом уровнях в романах Светланы Павловой «Голод. Нетолстый роман» и «Сценаристка». Современные прозаики вырабатывают разные стратегии по взаимодействию литературного текста с цифровой средой. Некоторые, как и Светлана Павлова, активно заимствуют особенности медийного дискурса, максимально уподобля тематическую и нарративную структуру произведения знакомому читателю пространству социальных сетей и блогов, в то время как другие всячески стараются избежать вкраплений любых следов цифрового мира в литературное письмо.

Семантическое поле цветообозначения (на примере английского и русского языков)

Латыпова Айгуль Фидаиловна, студент магистратуры

Научный руководитель: Шафиков Сагит Гайлиевич, доктор филологических наук, профессор
Уфимский университет науки и технологий

Изучение эквивалентных семантических полей в языках сравнения позволяет классифицировать лексические единицы на основе их семантической общности. Семантическое поле способствует изучению внутренней структуры языка и взаимосвязей между его элементами [3, с. 84]. Каждая единица лексикона связана с другими единицами многочисленными парадигматическими, эпидигматическими и ассоциативными отношениями, что обуславливает необходимость изучения лексикона в виде целостных систем [8, с. 4]

Цель данного исследования заключается в выявлении основных закономерностей и механизмов формирования многозначности в лексико-семантических группах цветообозначений на материале английского языка (А.Я.) и русского языка (Р.Я.). Источниками материала служат толковые, фразеологические, синонимические словари английского и русского языков.

Теоретической основой исследования являются работы зарубежных и русских лингвистов Брент Берлин и Пол Кей [11], Ч. Мак Дэниэл [12], Э. Рош [13], А. Вежбицкая [4], Р. М. Фрумкина [8], А. П. Василевич [2], Н. Б. Бахилина [1], В. Г. Кульпина [5].

Основу фактического материала составляют лексические единицы цветового спектра, а именно синий, красный, желтый, образующие ядро семантического поля. С помощью толковых словарей языков сравнения выявляются основные значения лексических единиц.

Семантика красного цвета включает следующие производные смыслы в языках сравнения: А.Я. *red*: 1) «кровавый» (цвет свежей крови), 2) «опасный / тревожный» (например, *red flag*), 3) «горящий / пылающий» (пламя), 4) «эмоциональное состояние» (румяный, краснеющий от смущения или гнева), 5) «антропологический» (оранжево-коричневый цвет волос, темно-рыжий), 6) «политический» (связанный с коммунистической или левой идеологией, например, *Red China, Reds*), 7) «физиологический» (помутнение, вспышка, а также *red eye* — покраснение глаз после ночного авиарейса). Р.Я. *красный*: 1) «цветовой» (имеющий окраску одного из основных цветов спектра, идущего перед оранжевым, цвет крови), 2) «физиологический / эмоциональный» (покрасневший от прилива крови к коже, рассерженный или смущенный), 3) «антропологический» (рыжий цвет волос), 4) «политический» (связанный с Советским строем, Красной Армией), 5) «качественно-оценочный» (исторически: красивый, прекрасный, например, *красная девица*; лучший, высшего качества, например, *красный ди-*

плом; парадный, почётный, например, *красный угол*), 6) «текстовый» (отступ в начале абзаца — *красная строка*, исторически связанная с написанием первой буквы киноварью). Оба языка демонстрируют сходные значения в метафорических и метонимических переносах, связывая красный цвет с кровью, физиологическими реакциями человека (стыд, гнев) и политической идеологией.

Семантика синего цвета включает следующие производные смыслы в языках сравнения: А.Я. *blue*: 1) «меланхолический / депрессивный» (психологическое состояние грусти, тоски, например, *feeling blue, Blue Monday*), 2) «социально-статусный» (характеристика знатного происхождения — *blue blood*), 3) «профессионально-производственный» (смежность с типом занятости и рабочей униформой — *blue-collar*), 4) «медицинский / патологический» (цианоз кожи как признак болезни сердца у младенцев — *blue baby*), 5) «ведомственно-служебный» (полицейская форма — *blue uniform*, или миротворческий контингент ООН — *blue helmet*), 6) «географический / пространственный» (открытое море — *blue water*), 7) «темпоральный» (крайне редкое событие — *once in a blue moon*). Р.Я. *синий*: 1) «цветовой» (цвет неба, василька, расширение до любых оттенков синего спектра: лазурный, ультрамариновый, голубой), 2) «физиологический» (изменение цвета кожи человека из-за травмы — *синяк*, или под воздействием внешних факторов — *посинел от холода*), 3) «качественно-оценочный / иронический» (женщина-интеллектуалка, лишённая женственности — *синий чулок*). В обоих языках синий цвет концептуализируется через физиологические проявления на коже (в А. Я. — пороки сердца, в Р. Я. — травмы и переохлаждение).

Семантика желтого цвета включает следующие производные смыслы в языках сравнения: А.Я. *yellow*: 1) «психологический / поведенческий» (склонность к трусости, подлости или предательству, например, *yellow streak, yellow dog*), 2) «информационный» (непроверенная, сенсационная журналистика — *yellow journalism*), 3) «эмоциональный» (выражение зависти — *yellow look*), 4) «сигнально-регулятивный» (знак осторожности — *yellow light*), 5) «медицинский» (аллергическая реакция или тропическое заболевание — *yellow fever*). Р.Я. *жёлтый*: 1) «цветовой» (цвет спелого лимона, песка, золота), 2) «информационный» (бульварно-сенсационная пресса — *жёлтая пресса*), 3) «медицинский» (устаревшее разговорное обозначение психиатрической лечебницы — *жёлтый дом*), 4)

«возрастной / метафорический» (молодой, неопытный человек — *желторотый птенец*), 5) «социально-бытовой» (нерадостное, бедное существование — *жёлтенькая жизнь*), 6) «спортивный» (знак предупреждения — *жёлтая карточка*).

Главным сходством является метафора «жёлтой прессы / журналистики», преобладающая в обоих языках. При этом в А. Я. жёлтый цвет устойчиво ассоциируется с трусостью и подлостью на уровне базовых качеств характера (*yellow dog*), тогда как в Р. Я. преобладают ассоциации с ментальной болезнью (*жёлтый дом*), физической неопытностью (*желторотый*) или социальной убогостью.

Выводы

Исследование подтвердило, что многозначность является фундаментальным свойством языка, проявляющимся в лексико-семантических группах цветообозначений как английского, так и русского языков. Несмотря на языковые различия, семантические поля основных цветообозначений (красный, синий) в английском и русском языках обнаруживают значительные сходства в плане ассоциаций и коннотаций. Это свидетельствует об универсальности человеческого восприятия цвета и его базовых символических значений, обусловленных как физиологией, так и культурно-историческим опытом.

Литература:

1. Бахилина, Н. Б. История цветообозначений в русском языке [Текст] / АН СССР. Ин-т рус. яз. — Москва: Наука, 1975. — 288 с.
2. Василевич, А. П. Цвет и названия цвета в русском языке [Текст] / А. П. Василевич, С. Н. Кузнецова, С. С. Мищенко; под общ. ред. А. П. Василевича. — Москва: URSS, 2005. — 216 с.
3. Василькина, Е. А. Теория семантического поля в лингвистике [Текст] / Е. А. Василькина // Гуманитарный научный вестник. — 2024. — № 12. — С. 84–88.
4. Вежбицкая, А. (1996). Обозначения цвета и универсалии зрительного восприятия // Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание. — М.: Наука, 1996.
5. Кульпина, В. Г. Лингвистическая цветология: от истории к современности цветовых концептосфер: монография / В. Г. Кульпина; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова. — Москва: Макс-Пресс, 2019. — 285 с.
6. Ларионова, Ю. А. Фразеологический словарь современного русского языка. — М.: «Аделант», 2014. — 512 с.
7. Фрумкина, Р. М. Цвет, смысл, сходство. Аспекты психолингвистического анализа / Отв. ред. В. Н. Телия. — Москва: Наука, 1984. — 174 с.
8. Шафиков, С. Г. Теория семантического поля и компонентной семантики его единиц / Изд-е Башкирского унта. — Уфа, 1999. — 92 с.
9. Berlin, B. Basic color terms: Their universality and evolution / [By] Brent Berlin and Paul Kay. — Berkeley, Los Angeles: University of California press, 1969. — XIV, 178 с.
10. Kay, Paul, и Chad K. McDaniel. 1978. The Linguistic Significance of the Meanings of Basic Color Terms. *Language*, 54 (3), 610–646.
11. Rosch, E. «Basic concepts in categories» // *Journal of Experimental Psychology: General*. 1978. Vol. 107, No. 3. P. 451–482.
12. The Oxford dictionary of idioms. — 4th ed. — Oxford: Oxford univ. press, 2020. — 429 p.
13. Хокинс, Дж. Толковый словарь английского языка Oxford=Oxford Copepe School Dictionary: 40 000 слов и выражений / Дж. Хокинс, Э. Делахант, Ф. Макдональд. — М.: Астрель, АСТ, 2008. — (ГУ). — 556 с.
14. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: Ок. 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов; Под ред. проф. Л. И. Скворцова. — 28-е изд., перераб. — Москва: Мир и Образование, 2019. — 1376 с. — (Новые словари).

Принципы организации хронотопа в романе А. Волоса «Хуррамабад»

Раджабова Дильбар Эргашевна, преподаватель-стажер

Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека (г. Ташкент, Узбекистан)

В данной статье рассматриваются пространственно-временные отношения, которые объединяют вокруг себя все смысловые центры, занимающие ключевое место в сюжете романа А. Волоса «Хуррамабад» и позволяющие скрупулезно раскрыть внутреннюю мотивировку поведения персонажей, а также и создает реалистичную картину мира произведений.

Ключевые слова: *хронотоп, роман-пунктир, Хуррамабад, пунктирность, локус.*

Роман Андрея А. Волоса «Хуррамабад» изначально заявлен автором как произведение «роман-пунктир». Это определение задаёт принципиально важную установку на восприятие формы, напрямую связанную с организацией художественного времени и пространства. «Пунктирность» здесь выступает и как композиционный приём, и как способ моделирования распадающегося мира, утратившего целостную хронотопическую структуру.

Повествование в романе строится как цепь разорванных, на первый взгляд автономных эпизодов, между которыми отсутствуют привычные причинно-временные связи. Отдельные судьбы, фрагменты биографий, пространственные точки и временные пласты существуют в режиме сосуществования, наложения и резкого обрыва. Именно эта дробность повествования отражает фундаментальное свойство изображаемой реальности — распад пространственно-временной целостности как исторического, так и личного бытия.

В традиционном романе хронотоп, по мысли М. М. Бахтина, обеспечивает единство повествования, связывая событие, пространство и время в устойчивую смысловую модель [1, с. 234]. В «Хуррамабаде» эта модель сознательно нарушена. А. Волос показывает мир, в котором «большое время» истории перестаёт быть организующей силой, а пространство утрачивает функцию дома и ориентира. В результате хронотоп не стабилизирует повествование, а, напротив, демонстрирует свою разрушенность.

Таким образом, «Хуррамабад» можно рассматривать как роман, в котором хронотоп не только организует художественный мир, но и сам становится предметом изображения. Иными словами, «роман-пунктир» представляет собой специальную форму, которая наиболее выпукло отражает опыт распада, утраты и необратимости. В этом смысле А. Волос следует бахтинской традиции понимания жанра как формы осмысления исторического времени, но радикально переосмысливает её, фиксируя состояние мира, в котором целостный хронотоп уже невозможен.

Особое значение в хронотопе Хуррамабада приобретает мотив вытеснения. Город последовательно выталкивает героев, лишает их чувства принадлежности, превращает в временных обитателей: «Дом у реки — это была его давняя мечта. Кто знал, что жизнь в Хуррамабаде встанет на дыбы и обрушится? Все уезжали — а он не мог бросить дом. Кончилось тем, что два года назад ему пришлось проводить жену и детей в Россию. Ладно, что ж, он тоже согласился ехать... Договорились так: он задержится и завершит строительство. Можно продать и недостроенный дом — но за бесценок. А нужно — подороже...» [2, с. 204]. Даже те персонажи, которые формально обладают властью или контролем над пространством, не укоренены в нём. Власть в Хуррамабаде не созидает пространство, а лишь усиливает его агрессивность и хаотичность: «По личному распоряжению президента!.. — оратор закинул

голову и оскалился на солнце; площадь неожиданно смолкла, на мгновение стало слышен шум ветра и шарканье тысяч переминающихся ног, — одобренному заседанием парламента!.. начинается формирование!.. добровольческих отрядов!.. [2, с. 257]. В результате город функционирует как враждебная среда, где любое пребывание оказывается временным и опасным.

В бахтинском понимании городской хронотоп нередко связан с идеей встречи, диалога, социального многообразия. В «Хуррамабаде» эта функция оказывается искажённой. Встречи здесь почти всегда носят характер столкновения, угрозы или насилия: «Вчера они прикапали на двух джипах. Лаковый красный — впереди, матовый чёрный — следом. ...Э, хучаин! — весело закричал водитель красного. Он стоял у калитки, поигрывая ключами от своего «Чероки» [2, с. 258]. Пространство не способствует диалогу, оно его подавляет. Человек в городе вынужден защищаться, скрываться, приспосабливаться. Таким образом, городской хронотоп утрачивает коммуникативную природу и приобретает характер пространства принуждения.

Важно отметить, что Хуррамабад в романе не замкнут исключительно на национальном или региональном контексте. Несмотря на очевидную привязку к конкретной исторической и географической реальности, город постепенно приобретает обобщённый характер. Он становится символом постимперского пространства, в котором распад государства оборачивается распадом человеческих связей, а историческое время переживается как череда травматических настоящих. В этом смысле Хуррамабад выходит за рамки локального хронотопа и претендует на универсальность: «В двадцатые годы, когда революция воспламенила шестую часть планеты, эту страну — Таджикскую Советскую Социалистическую Республику, столицей которой стал Хуррамабад (вместо благородной Бухары, волею административных переделов оказавшейся на территории сопредельной советской республики), — складывали силой. Несколько разнородных земель говорили примерно на одном языке, более или менее исправно платили дань одному эмиру, но все же не забывали спесиво осознавать самоуправство своих собственных бекств. Все они оказались беспомощны перед непомерными усилиями власти и в конце концов были собраны и сбиты под единое начало. Примерно так железный обруч сжимает бочарную клепку или тугая веревка — охапку дров. За семьдесят с лишним лет казавшаяся вечной стальная скрепа прожавела, отрухлявела, прогнила и порвалась. Страна развалилась на прежние составляющие, каждая из которых имела свои представления о будущем. Некоторые земли хотели бы видеть это будущее похожим на совсем недавнее прошлое. А иные — на значительно более древнее. Одни стяги были красного цвета или в крайнем случае розового. Другие отливали зеленью. Трепетали и третью, и чет-

вертые, и пятые, знаменуя собой наличие различных сил и устремлений... Такие разные, эти силы и устремления походили друг на друга только тем остервенением, с которым хотели добиться своего...» [2, с. 470–471]. Таким образом, центральный хронотопический образ города в романе А. Волоса выполняет несколько функций одновременно. Он фиксирует историческую катастрофу, отражает разрушение социального и нравственного порядка и формирует особый тип художественного пространства, в котором человек оказывается лишён опоры. Именно через образ Хуррамабада автор выстраивает основную пространственно-временную модель романа.

Как было отмечено ранее, хронотоп Хуррамабада в романе А. Волоса принципиально лишён пространственной целостности, иными словами, город распадается на совокупность локальных, слабо связанных между собой пространств. Эти локусы усиливает ощущение дезориентации и утраты устойчивости. Человек в таком пространстве не «живет», а постоянно перемещается, избегает, выживает. Базар в романе функционирует как пространство хаотического столкновения интересов и тел. Это место вынужденных встреч, торговли, унижения, мелкого насилия. Здесь особенно явно проявляется утрата традиционных форм социального общения: «Его звали теперь не Сергеем и не Сережей, а Сирочиддином. Только фамилия осталась прежней — Макушин. И то не совсем: прежде ударение было на втором слоге, а теперь на последнем... Впрочем, если ты работаешь на Путовском базаре в пирожковой, твоей фамилией заинтересуются только в том случае, если найдут мертвым возле мусорных контейнеров. А до того момента всем плевать, какая у тебя прежде была фамилия» [2, с. 221]. Базар не объединяет, как это принято на Востоке, а разобщает, превращаясь в хронотоп обезличивания человеческого труда и достоинства. Временная организация этого пространства лишена ритма: время здесь сжато, нервно, прерывисто, подчинено логике выживания: «Путовский базар — добрый базар: на Зеленом уже могли бы между делом и зарезать, а здесь только прыскали за спиной — ишь, мол, Кривой-то Сауд опять чудит, дурачина!» [2, с. 248].

Производственные пространства, в частности цех, где работает Платонов, также утрачивают созидательную функцию. Труд перестаёт быть формой укоренения во

времени и пространстве. Он не даёт ощущения будущего, не обеспечивает устойчивости. Напротив, цех оказывается местом скрытого напряжения, страха, зависимости от произвола власти. Здесь хронотоп труда деформирован и лишён того социального смысла, который традиционно связывался с производственным пространством в реалистической прозе.

Особое место в системе городских локусов занимает кладбище. Это пространство памяти и смерти, которое в «Хуррамабаде» оказывается втянутым в общий процесс распада. Кладбище не отделено от повседневной жизни сакральной границей. Оно включено в поток насилия и унижения, становится местом демонстрации силы и безнаказанности: «Разве на кладбище лучше? — обиженно возразил главный инженер. — На могилах баранов стали пасти! Ты понимаешь? Я сторожа спрашиваю — почему опять баран? почему не гонял? А он мне в ответ: Махмади, ты хочешь, чтобы меня убили? Я, говорит, стал гонять, прибежал человек вон оттуда, из кишлака... вынул из кармана пистолет: будешь гонять моих баранов, я тебя убью! Это, кричит, все равно русские могилы, они тут никому не нужны!». [2, с. 232].

Жилые пространства (квартиры, временные жилища, дворы) также не выполняют защитной функции. Они не создают ощущения уюта и безопасности, не становятся «своим» пространством. Частная жизнь постоянно вторгается в публичную, и наоборот.

Каждый локус Хуррамабада существует автономно и несёт в себе специфическую хронотопическую нагрузку, однако все они объединены общей логикой распада. Именно эта фрагментация городского хронотопа становится одним из ключевых художественных средств изображения исторической катастрофы в романе А. Волоса.

Таким образом, хронотоп «Хуррамабада» выполняет ключевую смыслообразующую функцию. Он и организует художественный мир романа, и становится способом осмысления эпохи. А. Волос создаёт модель мира, в котором пространство и время перестают быть нейтральными формами бытия и превращаются в активные силы разрушения и отчуждения. Именно через хронотоп раскрывается авторская картина мира, в центре которой человек, сохраняющий внутреннюю меру в условиях утраты внешних опор.

Литература:

1. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. — М., 1975. — С. 407.
2. Андрей Волос «Хуррамабад», — М.: ОГИ, 2014. — С. 718.

Юридический перевод: трудности и способы их преодоления

Сидиропуло Софья Ивановна, студент

Научный руководитель: Кокора Юлия Васильевна, кандидат филологических наук, преподаватель
Северо-Кавказский филиал Российского государственного университета правосудия имени В.М. Лебедева (г. Краснодар)

Данная статья посвящена анализу переводческих трансформаций, применяемых при работе с англоязычными юридическими текстами. В работе рассматриваются типичные сложности, возникающие в процессе перевода юридических текстов, а также специфика передачи безэквивалентной лексики, терминов-дублетов и архаичных конструкций. Материал исследования представлен юридической терминологией, рассмотренной на уровне словарных соответствий, а также в условиях контекста (иллюстративный материал включает в себя предложения из различных учебных источников, посвященных юридическому переводу). Цель исследования — систематизировать основные приемы достижения адекватного и эквивалентного перевода юридических документов.

Ключевые слова: юридический перевод, терминология, безэквивалентная лексика, переводческие трансформации, клише, прецедентное право.

Юридический перевод традиционно считается одним из наиболее ответственных видов профессиональной межъязыковой коммуникации. Ошибка в переводе термина может повлечь за собой не только искажение смысла, но и серьезные правовые последствия, вплоть до материального ущерба сторон договора. Данная статья посвящена анализу переводческих трансформаций, применяемых при работе с англоязычными юридическими текстами. В работе рассматривается специфика передачи безэквивалентной лексики, терминов-дублетов и архаичных конструкций. Как указывает В. В. Алимов, «юридический перевод требует не только лингвистической, но и экстралингвистической компетенции, то есть знания национальных правовых систем» [1, с. 160]. В данной работе мы сосредоточимся на практических приёмах преодоления лексических и грамматических барьеров, с которыми сталкивается переводчик при обработке контрактов, исковых заявлений и законодательных актов.

Трудности перевода юридических текстов можно разделить на три основные группы: лексические, грамматические, синтаксические и прагматические.

Наиболее яркой проблемой является отсутствие прямых соответствий в языке перевода. Особенно часто это касается реалий.

Например: *discovery* (досудебное раскрытие доказательств).

Также в юридическом английском языке существует градация юридических профессий, требующая дополнительного толкования.

Приведем примеры:

Barrister — барристер, категория адвокатов высокого ранга в Великобритании, имеющих право выступать в судах всех инстанций;

Solicitor — солиситор, категория адвокатов в Великобритании, ведущих подготовку судебных материалов для ведения дел барристерами. Также солиситор имеет право вести судебные дела в судах низших инстанций;

Attorney — адвокат, чиновник органов юстиции [2, с. 49].

В таких случаях переводчик вынужден использовать описательный перевод. Например, термин *estoppel* переводится как «лишение права возражения», что не передаёт всей глубины доктрины, но является устоявшимся функциональным аналогом. Рассмотрим пример в контексте предложения:

The principle of promissory estoppel prevents the creditor from going back on his promise if the debtor has relied on it.

Принцип лишения права на возражение, основанный на обещании, не позволяет кредитору отказаться от своего слова, если должник полагался на это обещание (здесь и далее перевод наш — Сидиропуло Софья).

Здесь мы видим, что без развёрнутого пояснения точность смысла частично утрачивается, но основная функция лексемы сохраняется.

Синонимические пары и дублеты

В английских контрактах повсеместно встречаются пары синонимов: *null and void*, *terms and conditions*, *cease and desist*. Это наследие нормандского завоевания, когда в тексте одновременно использовались французские и английские корни для точности толкования. При переводе на русский язык дублирование часто избыточно. Н. С. Горюнов и Ю. В. Кокора в своём исследовании указывают, что «в русском языке парные синонимы или группа синонимов заменяются на один общий термин с наиболее широким семантическим значением» [3, с. 487].

Сравните:

This Agreement shall be null and void.

Данный договор является недействительным (здесь и далее перевод наш — Сидиропуло Софья).

Словосочетание *cease and desist* в предписании суда (*cease and desist order*) традиционно переводится как «предписание о прекращении противоправных действий», хотя дословно оба глагола означают «прекращать».

Архаизмы (сложные наречия с морфемами: *here-, there-, where-*)

Юридические тексты богаты наречиями по типу *hereafter, hereby, therein, whereof*. В обычной речи они не встречаются, но в договорах выполняют функцию экономики места и исключения двусмысленности. Например:

the Party hereby agrees — «настоящим Сторона соглашается»,

the goods described herein — «товары, описанные здесь (в настоящем документе)».

При переводе на русский язык эти слова чаще всего передаются с помощью слов «настоящий», «данный» или опускаются без потери смысла, если контекст ясен. Рассмотрим образец:

The Buyer shall pay the price as specified in Clause 5 hereof.

Покупатель уплачивает цену, указанную в статье 5 настоящего договора (здесь и далее перевод наш — Сидоропуло Софья).

Использование лексемы «настоящего» полностью передаёт функцию архаизма «hereof».

Страдательный залог и модальность

Английские законы предпочитают пассивные конструкции, чтобы сделать акцент на действии, а не на субъекте. Русские тексты, наоборот, чаще используют ак-

тивный залог. Кроме того, английский модальный глагол *shall* в правовых текстах выражает не будущее время, а императивное обязательство (долженствование), в отличие от *may* (разрешение) или *must* (необходимость, обязанность). Ошибка здесь критична. Например:

The Tenant shall maintain the premises in good condition.

Арендатор обязан поддерживать помещение в надлежащем состоянии (здесь и далее перевод наш — Сидоропуло Софья).

Замена *shall* на «будет» («Арендатор будет поддерживать») грубо искажает смысл, превращая предписание в констатацию факта в будущем. В своих работах Т. В. Ускова подчёркивает, что игнорирование императивной семантики — самая частая ошибка начинающих переводчиков [4, с. 112].

Таким образом, проведённый анализ позволяет утверждать, что особенности перевода юридических текстов с английского на русский язык напрямую обусловлены типологическими различиями правовых систем и грамматическим строем языков. Для достижения адекватности переводчику необходимо:

Идентифицировать безэквивалентную лексику и заменять функциональную замену или комментарий;

Сокращать дублетные синонимы до одного термина;

Правильно передавать императивное значение глаголов;

В случаях с безэквивалентной лексикой использовать описательный перевод.

Литература:

1. Алимов, В. В. Юридический перевод: практический курс. Английский язык: учебное пособие. Изд. 3-е, стереотипное / В. В. Алимов. — М.: Ком Книга, 2005. — 160 с.
2. Власова, М. В. Лексический аспект юридической лингвистики / М. В. Власова. — Текст: непосредственный // Исследования молодых ученых: материалы LXXXI Междунар. науч. конф. (г. Казань, май 2024 г.). — Казань: Молодой ученый, 2024. — С. 48–51. — URL: <https://moluch.ru/conf/stud/archive/515/18487>.
3. Горюнов, Н. С., Кокора Ю. В. Терминология в юридическом английском языке: синонимы и сложности их перевода / Н. С. Горюнов, Ю. В. Кокора. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 51 (498). — С. 487–488.
4. Ускова, Т. В. Когнитивно-дискурсивные особенности англоязычной юридической терминологии: дис. канд. филол. наук. — М., 2008. — 191 с.

Отражение социальной структуры в системах терминов родства на материале английского, китайского и русского языков

Трубникова Виктория Айратовна, студент
Уфимский университет науки и технологий

В статье рассматриваются системы терминов родства в английском, русском и китайском языках как способ отражения социальной структуры. Под социальной структурой понимается организация семейных отношений: поколение, пол, старшинство, линия родства, брачные связи и положение человека внутри расширенной семьи. Показано, что английская система тяготеет к обобщению, русская сохраняет развитую систему родства и свойства, часть элементов которой в современной речи находится в пассивном запасе, а китайская наиболее последовательно кодирует семейную иерархию и родовые линии. Особое внимание уделяется тому, как степень детализации родственных наименований связана с социальной значимостью различий внутри семьи.

Ключевые слова: термины родства, социальная структура, английский язык, русский язык, китайский язык, родство, свойство, лингвокультурология.

Введение

Термины родства относятся к базовым пластам лексики, так как обозначают одну из главных социальных систем — семью. Через такие слова человек определяет своё место по отношению к другим членам семьи, указывает поколение, пол, степень близости и принадлежность к определённой линии родства. При этом разные языки по-разному членят родственные отношения. В одних системах значимыми оказываются общие семейные роли, в других дополнительно фиксируются старшинство, линия отца или матери, брачные связи и положение родственника внутри расширенной семьи.

Актуальность исследования связана с тем, что термины родства позволяют рассматривать язык не только как средство называния членов семьи, но и как способ закрепления социальных отношений. В родственной терминологии отражаются представления народа о семье, браке, иерархии, старшинстве, обязанностях и границах между разными линиями родства. Поэтому сопоставление английской, русской и китайской систем представляет интерес для лингвокультурологии, переводоведения и межкультурной коммуникации.

Изучение терминов родства имеет давнюю научную традицию. В социальной антропологии родственная терминология рассматривалась как источник сведений о семейной организации общества [4]. В отечественной лингвистике вопросы семантики родства, языковой картины мира и культурной категоризации рассматривались в трудах А. И. Моисеева, Г. Г. Джафарова, С. М. Толстой. В работах А. И. Моисеева внимание сосредоточено преимущественно на семантической организации русской системы родства [3]. Г. Г. Джафаров рассматривает термины родства как элемент семантической системы языка [1]. С. М. Толстая анализирует родственные наименования в этнолингвистическом аспекте. В настоящей статье акцент переносится на сопоставление способов языкового отражения социальной структуры в трёх языках [7].

Объектом исследования являются системы терминов родства английского, русского и китайского языков. Предмет исследования — способы отражения социальной структуры в данных системах. Цель статьи состоит в том, чтобы выявить, как особенности семейной и социальной организации отражаются в терминологии родства трёх языков. Используются элементы компонентного анализа, сопоставительный метод и лингвокультурологический анализ.

Новизна статьи связана не с самим обращением к терминам родства, а с сопоставлением трёх языковых систем по единому набору социальных параметров: линии родства, старшинству, свойству и месту родственника внутри семейной иерархии. Практическая значимость связана

с возможностью использования результатов в лингвокультурологии, переводоведении, межкультурной коммуникации и преподавании иностранных языков. Исходным для статьи является положение о том, что язык отражает не только актуальную социальную практику, но и исторически закреплённые модели семейной организации.

Материалом анализа выступают общепотребительные и нормативно закреплённые термины родства и свойства. Диалектные, сленговые и ситуативные формы обращения специально не рассматриваются, поскольку задача статьи состоит не в описании всей современной речевой практики, а в выявлении основных принципов языковой категоризации родственных отношений. При отборе русскоязычных примеров учитывается их нормативная словарная фиксация [5].

Термины родства как отражение социальной структуры

Термины родства обозначают отношения между людьми, связанными кровным происхождением: родителями и детьми, братьями и сёстрами, предками и потомками. Термины свойства указывают на отношения, возникающие в результате брака. Хотя статья посвящена прежде всего терминам родства, свойство также важно для анализа, так как брачные связи являются частью социальной структуры семьи и показывают, каким образом язык описывает расширение родственных отношений за пределы кровного происхождения. В статье термины свойства рассматриваются как смежный пласт родственной терминологии, поскольку брачные связи входят в социальную организацию семьи.

Для сопоставления трёх языков значимы поколение, пол, линия родства, старшинство, кровная или брачная связь, степень обобщённости или детализации. Лексическая детализация сама по себе не доказывает социальную структуру напрямую, но показывает, какие различия язык закрепляет как устойчивые и коммуникативно значимые. Если язык имеет отдельные термины для старшего и младшего родственника, для линии отца и линии матери, для родственников мужа и жены, это позволяет говорить о социальной значимости данных признаков в соответствующей культуре.

Термин родства не всегда является простым обозначением биологической связи. Он может одновременно указывать на социальную роль, статус, возрастное положение, принадлежность к определённой ветви семьи и ожидаемую модель поведения. Поэтому сравнение терминов родства позволяет увидеть, какие параметры семейной организации входят в саму форму наименования, а какие остаются на уровне контекста. Лакуны и описательные замены в таких случаях становятся не только

переводческой трудностью, но и показателем различий в языковой и культурной категоризации родства [6].

Английская система терминов родства

Английская система терминов родства характеризуется сравнительно высокой степенью обобщения. В ней чётко представлены базовые семейные роли: father — отец, mother — мать, son — сын, daughter — дочь, brother — брат, sister — сестра. Эти термины фиксируют прежде всего поколение и пол. При переходе к более отдалённым или боковым родственникам детализация уменьшается.

Так, английские термины uncle и aunt могут обозначать родственников как по отцовской, так и по материнской линии. Язык не требует обязательного уточнения, является ли uncle братом отца, братом матери или мужем тёти. Термин cousin объединяет двоюродных родственников без указания пола, возраста и линии родства. В русском языке для перевода часто требуется уточнение: двоюродный брат или двоюродная сестра, родственник по линии отца или матери.

При этом английскую систему нельзя понимать как неспособную к детализации. Если точное родственное отношение становится коммуникативно важным, оно может быть выражено описательно: maternal uncle — дядя по материнской линии, paternal uncle — дядя по отцовской линии, first cousin once removed — родственник, находящийся на одно поколение выше или ниже двоюродного родственника. Детализация в английском языке возможна, но чаще она вынесена не в отдельный базовый термин, а в синтаксическое описание.

Сходная тенденция наблюдается и в сфере свойства. Модель father-in-law, mother-in-law, brother-in-law, sister-in-law обозначает разные брачные отношения с помощью единого элемента -in-law. Например, brother-in-law может соответствовать нескольким русским обозначениям: брат мужа, брат жены, муж сестры. Такая система обобщает родственников по браку, но не фиксирует их точное место в расширенной семье. Для английской системы более важны широкие семейные категории, чем положение родственника внутри разветвлённой родственной сети.

Русская система терминов родства

Русская система терминов родства занимает промежуточное положение между английской обобщённостью и китайской высокой детализацией. В русском языке есть устойчивые базовые термины кровного родства: отец, мать, сын, дочь, брат, сестра, дед, бабушка, внук, внучка. Они фиксируют поколение, пол и направление родственной связи. Для боковой линии используются слова дядя, тётя, племянник, племянница, двоюродный брат, двоюродная сестра. Однако линия отца и матери в большинстве случаев не получает отдельного обязательного обозначения: брат отца и брат матери обычно называются одним словом дядя.

Вместе с тем русский язык исторически имеет развитую систему терминов свойства, что отмечается в исследованиях русской родственной терминологии [3, 7]. Такие слова, как свекор, тесть, свекровь, тёща, зять, сноха и другие термины свойства, указывают не только на факт брачной связи, но и на положение человека относительно семьи мужа или жены. Свекор — отец мужа, тесть — отец жены; свекровь — мать мужа, тёща — мать жены. Такое различие показывает, что в традиционной русской культуре важна была не только сама брачная связь, но и то, с какой стороны семьи она возникает.

Особенность русской системы состоит в том, что она сохраняет следы более сложной семейной организации, где важными были не только кровные связи, но и отношения между семьями супругов. Термины свойства фиксировали не просто факт брака, а социальное включение человека в новый круг семейных отношений. Поэтому различие между тестем и свёком, тёщей и свекровью, зятем и снохой имеет не только лексическое, но и социальное значение.

Современная речевая практика неоднородна. В городской общеупотребительной речи, особенно в крупных городах, часть терминов свойства, например, деверь, шурин, золовка, свояченица, нередко воспринимается как малоупотребительная и заменяется описательными конструкциями: брат мужа, брат жены, сестра мужа, сестра жены, родители мужа, родители жены. Однако в регионах и семейных сообществах, где сохраняется более плотная система родственных связей, такие слова могут оставаться частью живого речевого употребления. Это показывает не исчезновение самих отношений, а разную степень их повседневной языковой актуальности.

Китайская система терминов родства

Китайская система терминов родства является наиболее детализированной из трёх рассматриваемых систем [2, с. 5; 8, с. 116–118]. В ней родственные отношения описываются не только через поколение и пол, но и через старшинство, линию родства и положение человека в семейной иерархии. Для китайской культуры семья традиционно выступает важной социальной структурой, где значимы порядок поколений, уважение к старшим и принадлежность к родовой линии.

Один из наиболее показательных примеров — различие старших и младших братьев и сестёр. В русском и английском языках слова брат / brother и сестра / sister сами по себе не указывают на возрастной статус родственника. В китайском языке это различие закреплёно в базовых терминах: 哥哥 — gēge — старший брат, 弟弟 — dìdì — младший брат, 姐姐 — jiějie — старшая сестра, 妹妹 — mèimei — младшая сестра. Возраст становится частью самого термина. Старший брат или старшая сестра при этом обозначаются не только как родственники по крови, но и как фигуры, занимающие более высокое место в семейном порядке.

Не менее важным является различие отцовской и материнской линии. Например, 祖父 — zǔfù — дедушка по отцовской линии и 祖母 — zǔmǔ — бабушка по отцовской линии отличаются от 外祖父 — wàizǔfù — дедушка по материнской линии и 外祖母 — wàizǔmǔ — бабушка по материнской линии. Морфема 外 указывает на «внешнюю» линию, то есть родство со стороны матери. Это показывает, что китайская терминология сразу определяет место родственника относительно родовой структуры.

Социальная иерархия проявляется и в обозначении родственников поколения родителей. Старший брат отца может называться 伯父 / 伯伯 — bófù / bóbo — старший брат отца, тогда как младший брат отца обозначается иначе: 叔叔 — shūshu — младший брат отца. В английском языке оба отношения обычно передаются словом uncle, в русском — словом дядя. Китайская система сохраняет различие между старшим и младшим родственником даже внутри одной линии.

Показательно и соотношение трёх языков на конкретном примере. Отношения «старший брат отца» и «младший брат отца» в английском языке обычно передаются общим uncle, в русском — словом дядя, а в китайском различаются как 伯父 / 伯伯 — bófù / bóbo и 叔叔 — shūshu. Здесь видно, что различие, факультативное для английского и русского описания, в китайском языке закреплено в самой терминологической системе. Особенности перевода и интерпретации китайских терминов родства также отмечаются в исследованиях, посвящённых

передаче китайской родственной терминологии на английский язык [8, с. 122–125].

Термины свойства в китайском языке также включены в общую систему семейной иерархии. Родители мужа и родители жены называются по-разному: 公公 — gōnggong и 婆婆 — pópo обозначают родителей мужа, а 岳父 — yuèfù и 岳母 — yuèmǔ — родителей жены. Здесь брачная связь не просто добавляется к системе родства, а встраивается в более широкую структуру семейных ролей. Название показывает, с какой стороны возникает родство и какое место занимает человек в системе отношений.

Современная социальная практика в Китае, как и в других странах, изменяется под влиянием урбанизации, мобильности и трансформации семьи. Однако язык обладает значительной исторической инерцией. Поэтому китайская терминология родства сохраняет следы традиционной патрилинейной и иерархической модели даже тогда, когда реальные формы семейной жизни становятся более разнообразными. В данной статье анализируется именно нормативная терминологическая система, а не разговорные переносы родственных обращений или современный городской сленг.

Сопоставительный анализ

Сопоставление английской, русской и китайской систем показывает, что различия между ними связаны не только с количеством терминов, но и с тем, какие социальные признаки считаются значимыми для носителей языка.

Таблица 1. Сопоставительный анализ сем на материале английского, русского, китайского языков

Параметр	Английский язык	Русский язык	Китайский язык
Линия родства	слабо выражена	частично выражена	ярко выражена
Отцовская / материнская линия	описательно: paternal / maternal	описательно: по линии отца / матери	системно различается: 祖父 / 外祖父
Старшинство	описательно: elder / younger	описательно: старший / младший	закреплено в базовых терминах: 哥哥 / 弟弟
Свойство	через -in-law / описательно	специальные термины, часть менее активна	встроено в иерархию
Детализация	обобщение	средняя	высокая
Социальный акцент	нуклеарная семья	расширенная семья и её динамика	родовая линия и иерархия

Во всех трёх языках базовыми остаются признаки поколения и пола. Они выражаются в основных терминах типа father / mother, отец / мать, 父亲 — fùqīn — отец, 母亲 — mǔqīn — мать. Различия начинаются там, где система выходит за пределы ближайшего семейного ядра. Старшинство, линия родства и свойство в английском и русском языках часто могут быть переданы описательно, тогда как в китайском они значительно чаще входят в саму структуру термина.

С точки зрения компонентного анализа русское дядя и английское uncle совпадают по признакам [+мужской

пол], [+поколение родителей], но не различают линию родства и старшинство. Китайские 伯父 / 伯伯 — bófù / bóbo и 叔叔 — shūshu дополнительно включают признаки отцовской линии и старшинства: в первом случае речь идёт о старшем брате отца, во втором — о младшем брате отца. Поэтому различие, которое в английском и русском языках обычно требует описания, в китайском закреплено в составе самого термина.

Сходным образом можно рассмотреть термины свойства. Английское father-in-law фиксирует признаки [+мужской пол], [+поколение родителей супруга],

[+брачная связь], но не различает, идёт ли речь об отце мужа или отце жены. В русском языке это различие выражено терминами свекор и тесть, а в китайском — 公公 — gōnggong — отец мужа и 岳父 — yùèfù — отец жены. Следовательно, в русском и китайском языках брачная связь получает более точное терминологическое оформление, тогда как английский язык чаще объединяет такие отношения в более широкую категорию.

Английская система сохраняет базовые различия пола и поколения, но не делает обязательными линию отца или матери, старшинство и точное место родственника по браку. Русская система показывает более сложную картину: она сохраняет следы традиционной расширенной семьи, но неодинаково реализует эти признаки в современной речи. Китайская система наиболее последовательно закрепляет семейную иерархию: название родственника одновременно сообщает о его статусе, линии и месте в семейном порядке.

Различия между языками нельзя сводить к простой формуле «в одном языке больше слов, в другом меньше». Количество терминов является следствием того, какие социальные признаки нуждаются в устойчивом назывании. В английской системе многие различия могут быть уточнены при необходимости, но не входят в базовую форму термина. В русской системе часть таких различий закреплена исторически, особенно в сфере свойства. В китайской системе значительная часть этих признаков выражается регулярно и системно.

Лакуны и отсутствие прямых эквивалентов между языками подтверждают различия в культурной категоризации родства. Там, где в китайском языке используется один точный термин, английскому или русскому языку часто требуется описательное пояснение. Это связано не с недостатком языка, а с различием социальных параметров, которые оказываются важными для каждой культуры [6].

Заключение

Проведённое сопоставление показывает, что системы терминов родства отражают не только биологические связи между людьми, но и культурно значимые параметры социальной организации: поколение, пол, старшинство, линию родства, брачные связи и место человека внутри семьи.

Английская система характеризуется высокой степенью обобщения на уровне базовых терминов, хотя при необходимости может использовать описательную детализацию. Русская сохраняет развитую терминологию родства и свойства, однако активность отдельных терминов в современной речи неодинакова и зависит от конкретной коммуникативной среды. Китайская система наиболее подробно кодирует внутрисемейную иерархию, старшинство и разграничение родовых линий.

Сравнение трёх языков показывает, что степень детализации терминов родства связана с тем, какие различия внутри семьи имеют социальную и культурную значимость. В английском языке родство чаще представлено через общие роли и ближайшее семейное ядро. В русском языке сохраняется историческая память расширенной семьи и брачных связей. В китайском языке терминология родства наиболее тесно связана с иерархией, порядком поколений и патрилинейной структурой.

Наиболее показательным оказывается не само наличие или отсутствие отдельных терминов, а то, какие различия язык включает в базовую форму родственного наименования, а какие оставляет для описательного уточнения. Поэтому систему терминов родства можно рассматривать как языковую модель социальной структуры общества: она отражает не только современное состояние семейных отношений, но и исторически закреплённые представления о семье, роде и распределении ролей между родственниками.

Литература:

1. Джафаров Г. Г. Термины родства в семантической системе и грамматической структуре языка // Советская тюркология. — 1974. — № 3. — С. 40–48. (Статья в журнале)
2. Крюков М. В. Система родства китайцев: эволюция и закономерности. — Москва: Наука, 1972. — 327 с. (Монография)
3. Моисеев А. И. Термины родства в современном русском языке // Филологические науки. — 1963. — № 3. — С. 120–132. (Статья в журнале)
4. Морган Л. Г. Systems of Consanguinity and Affinity of the Human Family = Системы родства и свойства в человеческой семье / Lewis Henry Morgan. — Washington: Smithsonian Institution, 1871. — 590 p. (Монография)
5. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. — 4-е изд., доп. — Москва: Азбуковник, 1999. — 3423 с. (Словарь)
6. Сорокин Ю. А. Культура и текст. Введение в лакунологию. — Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2010. — 138 с. (Монография)
7. Толстая С. М. Категория родства в этнолингвистической перспективе // Категория родства в языке и культуре: сборник статей / отв. ред. С. М. Толстая. — Москва: Индрик, 2009. — С. 14–15. (Статья в сборнике)
8. Chen J., Tian C. Translation of kinship terms from Chinese into English from the perspective of relevance theory // Art Human Open Acc J. — 2018. — Vol. 2. — № 2. — P. 115–126. — DOI: 10.15406/ahoaj.2018.02.00042. (Статья в журнале)

О процессе семантической деривации англицизма «бустер» в русском языке

Харина Людмила Анатольевна, аспирант
Университет имени Лоранда Этвёша (г. Будапешт, Венгрия)

В данной работе в качестве примера исследования процесса семантической деривации в русскоязычном сегменте рассматривается заимствование из английского языка — слово «booster». Исследование основано на анализе использования этого англицизма в различных контекстах и его эволюции в русском языке. В работе представлено первоначальное значение слова бустер в английском языке, его адаптация и последующие семантические изменения. Выявляются и описываются семантические сдвиги, происходящие в данном слове в контексте языковой динамики и культурных влияний. Полученные в ходе исследования результаты способствуют лучшему пониманию процессов, посредством которых изменяется значение и использование английских слов в русском языке, а также их роли в формировании словарного запаса и динамики языка.

Ключевые слова: заимствования, англицизмы, неологизмы, семантика.

On the process of semantic derivation of the Anglicism «booster» in the Russian language

Harina Ljudmila Anatolyevna, graduate student
Eötvös Loránd University (Budapest, Hungary)

In this paper, the English loanword booster is considered as an example of the study of the process of semantic derivation in the Russian-speaking segment. The study is based on the analysis of the use of this Anglicism in different contexts and its evolution in the Russian language. The paper presents the original meaning of the word booster in English, its adaptation and subsequent semantic changes. It identifies and describes the semantic shifts that occur in a given word in the context of language dynamics and cultural influences. The results obtained during the study contribute to a better understanding of the processes through which the meaning and use of English words in the Russian language change as well as their role in the formation of the vocabulary and dynamics of the language.

Keywords: borrowings, anglicisms, neologisms, semantics.

Русский язык, как и многие другие языки, в настоящее время переживает влияние английского языка, который является основным источником заимствований. Так, по мнению Е. В. Мариновой: «Заимствованию подвержены все национальные языки; нет ни одного языка, который бы не заимствовал у другого языка или у других языков те или иные знаки (точнее можно сказать — нет ни одного живого языка, который бы не заимствовал: лишь мёртвые не участвуют в этом процессе)» (Маринова 2012: 90).

Лингвисты проявляют значительный интерес к этой теме и, изучая процесс вхождения заимствований в принимающий язык, стараются зафиксировать все изменения, вызванные необходимостью адаптации к другой словарной системе. Появляется большое количество новых лексических единиц, которые применяются во всех сферах жизни. Новые слова включаются в систему принимающего языка и адаптируются к его правилам. При вхождении в русский язык заимствованное слово проходит несколько уровней адаптации. «Происходит адаптация слова на чужой лингвистической почве» (Маринова 2012: 157). Одним из видов такой адаптации считается семантическая адаптация, которая и является основным предметом данного исследования. Процесс семантической трансформации может происходить по нескольким причинам. Одна из них — это необходимость адаптировать

слово к особенностям русского языка, чтобы оно было понятно русской аудитории. Другая причина — это изменение значения слова или фразы для обозначения новых понятий и предметов в соответствии с требованиями русского языка и культуры.

В данной статье на примере неологизма *бустер* исследуется процесс семантической деривации в русскоязычном сегменте. Для установления семантических связей проведена работа над определением лексических значений английского заимствования *бустер*, его семный состав, а также выявление семантических функций.

Источником исследования послужили официальные словари обоих языков:

Dictionary by Merriam-Webster; Cambridge Dictionary; English Loans in contemporary Russian by Julia Baldwin; Большой академический словарь русского языка; Словарь иностранных слов под редакцией А. И. Дьякова; Словарь новейших иностранных слов (конец XX — начало XXI вв.) Е. Н. Шагаловой и др.

Изучение лексической семантики на базе словарных дефиниций не всегда возможно по причине их отсутствия, поэтому при исследовании применялся также анализ интернет-материалов, НКРЯ и словаря, составленного непосредственно носителями русского языка, например, «Словарь молодёжного сленга» (электронный ресурс).

Англоязычные словарные источники определяют термин *booster* следующим образом:

«что-то, что улучшает или увеличивает что-то или делает его сильнее» (Cambridge Dictionary)²;

«человек, который с энтузиазмом поддерживает или продвигает что-то» (Cambridge Dictionary)³;

«вспомогательное устройство для увеличения силы, мощности, давления или эффективности» (Merriam-Webster)⁴;

«первая ступень многоступенчатой ракеты, обеспечивающая тягу для старта и начальной части полёта» (Merriam-Webster)⁵;

«радиочастотный усилитель для радио или телевизионного приёмного устройства» (Merriam-Webster)⁶;

«вещество или доза, используемые для возобновления или усиления действия лекарственного средства или иммунизирующего агента, особенно: бустерная доза вакцины» (Merriam-Webster)⁷;

«переносное автомобильное сиденье, чтобы поднять ребёнка на более высокое положение» (Merriam-Webster)⁸.

Согласно данным словаря Merriam-Webster, первое фиксированное употребление слова *booster* в значении «прививка, бустерная доза» относится к 1944 году. Вариант значения, связанный с «детским сиденьем, обеспечивающим повышение уровня посадки ребёнка», впервые отмечается в 1955 году.

На основании лексикографических данных примеров, приведённых из вышеназванных, мы видим, что сема слова *booster* состоит из следующих компонентов: устройство (device) + мощность (power) + улучшать (improve) + поддержка (support), а также различает компонент одушевлённый предмет или неодушевлённый предмет (somebody/something).

Как указывает С. Янурик, в технической сфере 1930х гг. под данным термином понималась «вспомогательная паровая машина на паровозе, применяемая при трогании паровоза с места или на предельном подъёме» (Янурик 2022: 83).

Развитие этого значения находит дальнейшее подтверждение в лексикографических источниках: уже в 1937 году в Большом академическом словаре фиксируется дефиниция, согласно которой бустер трактуется как «устройство для кратковременного увеличения мощности машины или механизма в моменты особо высоких нагрузок» [СИС 1937: 101].

К концу XX века в русских лексикографических источниках фиксируются дополнительные значения рассматриваемого заимствования, среди которых «усилитель звука (у музыкальных электроинструментов)» и «усили-

тельное устройство в системе управления рулями высокоскоростных самолётов». В этот же период впервые отмечается дериват бустерный [НРЛ88: 52].

Шагаловой отмечается, что в начале XXI века, в связи с интенсивным развитием сотовых технологий, в русском языке формируется новое значение англицизма *бустер*, интерпретируемое как «антенный усилитель, устанавливаемый преимущественно в автомобилях, в том числе для повышения качества мобильной связи» (Шагалова 2009: 118). Указанное значение фиксируется и в работах Янурика, где подчёркивается его связь с развитием мобильной инфраструктуры и автомобильных коммуникационных систем. (Янурик 2022: 84).

В новейший период развития русского языка лексема *бустер* демонстрирует заметное расширение семантической структуры. Одно из её новых значений впервые получает фиксацию в ряде лексикографических изданий лишь в 2021 г., где оно определяется как «специальное дополнительное повышающее сиденье для детей старшего возраста и малорослых пассажиров или водителей, исключающее попадание ремня безопасности в область шеи» (Дьяков 2021: 172).

В материалах Национального корпуса русского языка наиболее ранняя документированная фиксация употребления данного англоязычного заимствования в соответствующем значении относится к 2006 г.: «Посадите его на бустер — нижнюю часть от детского кресла (бустер можно купить отдельно) и пристегните ремнём для взрослых, главное, чтобы ремень не давил на шею» [«Пристегни самого дорогого!» // Аргументы и факты, 27.10.2006.].

Во время пандемии в русском языке семантическая структура многозначного англицизма *бустер* обогатилась ещё одним новым значением в сфере медицины:

«Какой вакциной делать *бустер*? С приходом «омикрона» врачи снова стали активно говорить о необходимости ревакцинации — «усиливающая» (*бустерная*) прививка нужна, чтобы подстегнуть иммунную систему, снова активно вырабатывать антитела к коронавирусу, усилить защиту и от штамма «дельта», и от «омикрона» [rg.ru/08.12.2021].

Употребление лексемы *бустер* в значении «вакцина» или «прививка» в Национальном корпусе русского языка отмечается уже в 2000 г., однако заметный рост её частотности наблюдается лишь с 2021 г., что связано с усилением активности соответствующей тематической области в общественном дискурсе: «Введение *бустер*-дозы приводит к резкому нарастанию титров анти-ВГА, уровень которых повышается в 5–10 раз по сравнению с таковыми после 1-й вакцинации» [Характеристика вакцины

² “something that improves or increases something or makes it stronger” [12]

³ “a person who enthusiastically supports or promotes something” [12]

⁴ “an auxiliary device for increasing force, power, pressure, or effectiveness” [11]

⁵ “the first stage of a multistage rocket providing thrust for the launching and the initial part of the flight” [11]

⁶ “a radio-frequency amplifier for a radio or television receiving set” [11]

⁷ “a substance or dose used to renew or increase the effect of a drug or immunizing agent, especially: booster shot” [11]

⁸ “a portable seat that is placed on or attached to a chair or an automobile seat in order to raise a child to a higher position” [11]

против гепатита А «Avaxim» производства фирмы «Пастер Мерье» // «Вопросы вирусологии», 15.01.2000]; «Однако после 5–6-летнего возраста в настоящее время нигде *бустер*-ревакцинация не проводится» [Ю. З. Гендон. Прекращение циркуляции диких штаммов вируса полиомиелита среди популяции как принципиальное условие искоренения полиомиелита (2000) // «Вопросы вирусологии», 02.10.2000]; «Обсуждаются преимущества иммунизации по схеме прайминг-*бустер*» [Т. А. Бектимиров. Состояние и перспективы разработки вакцин против ВИЧ-инфекции (2002) // «Вопросы вирусологии», 17.06.2002]; «Просто человек получит некий дополнительный *бустер* и приобретёт дополнительный иммунитет» [Прозит ли России вспышка кори // Парламентская газета, 13.11.2021].

Одновременно наряду с самим неологизмом *бустер* в разных источниках можно встретить многочисленные варианты использования терминологии с его производными: *бустерный укол*, *бустерная доза*, *бустерная вакцина*, *бустерная прививка*: «Вместе с тем, *бустерная доза* вакцины создаёт «серьёзную защиту на уровне 70–80 процентов», считает Крисанти» [Вирусолог: «омикрон»-штамм в Италии может привести к 40 тыс. ежедневных заражений // Парламентская газета, 17.12.2021]; «Одной из мер по защите участников Олимпиады китайская сторона считает так называемый *бустерный укол*». [Китай готовит пакет антиковидных мер на период Олимпиады // Парламентская газета 31.10.2021]

Максимальная полнота семантического представления английского этимона *бустер* наблюдается в словаре А. И. Дьякова «Словарь англицизмов русского языка». Данный факт соотносится с положениями Янурика, указывающего на высокую степень семантической вариативности англицизмов в современном русском языке:

«препарат для стимулирования организма к выработке дополнительного количества тестостерона»;

«сервомеханизм; вспомогательный двигатель»; вспомогательное средство»;

«вольтодобавочный трансформатор»;

«специальное дополнительное повышающее сиденье для детей старшего возраста и малорослых пассажиров или водителей, исключающее попадание ремня безопасности в область шеи»;

«в радиотехнике дополнительный внешний усилитель мощности радиосигнала передатчика. От данного слова в этом значении с помощью суффиксального способа образовано прилагательное *бустерный* и зафиксировано словосочетание *бустерный генератор*»;

комп. сленг. «в компьютерных играх — игровой предмет, дающий увеличение каких-либо характеристик персонажа, например, скорости передвижения»;

пищ. отрасли. «горячая булочка производства компании «Кей-Эф-Си» (KFC)» (Дьяков 2021: 172), (Янурик 2022: 86).

Ни в одном из рассмотренных лексикографических источников значение неологизма *бустер* в смысле «косметическое средство» не фиксируется. Однако анализ данных

НКРЯ, а также материалов интернеткоммуникации позволяет выявить дополнительное, не отражённое в словарях употребление данной единицы в значении «усиление; ускорение». В этом контексте *крембустер* функционирует как наименование косметического средства быстрого или усиленного действия: «Помимо красящего геля и крема-проявителя упаковка с краской содержит усилитель цвета Колор *Бустер*, а для ухода за волосами после окрашивания питающе-защитающий бальзам». [Волшебный блеск волос (2002) // «100 % здоровья», 11.12.2002]; «Девочки, кто пробовал новую тушь от Мейбеллин (вроде Турбо *Бустер*, точно не помню), в черном пузатеньком тюбике, как волиум экспресс» [Красота, здоровье, отдых: Косметика и парфюм (форум). 2004/ eva.ru];

«Например, Givenchy выпустил тональный бальзам, Valmont — крем-пудру, Dolce & Gabbana — свой первый кушон, а NARS — сияющий тональный *бустер*» [Дарья Ермонская. Тонкое покрытие // Коммерсант, 23.10.2020]

В словаре молодёжного сленга (My slang), зафиксированы следующие дефиниции:

«*бустер* — человек, который качает (бустит) аккаунты в различных играх». При помощи суффиксального способа словообразования появился глагол *бустить*;

«разновидность автокресла без спинки, рассчитанного на детей от 5 до 13 лет, весом 15–45 кг « [https://myslang.ru/words]

Также в официальных лексикографических источниках не фиксируется употребление лексемы *бустер* в значении «усиление» в сфере компьютерных технологий. Однако анализ интернетресурсов показывает, что в сетевом дискурсе данное значение функционирует и используется для обозначения средств или механизмов, обеспечивающих ускорение либо повышение производительности системы: «Турбо-бустер — это современная инновационная технология, которая используется для повышения производительности и скорости работы компьютера или ноутбука. Он является незаменимым инструментом для тех, кто хочет получить быстрый и эффективный доступ к информации, повысить работу программ и увеличить производительность своего устройства». [proogorodik.ru/polezno/cto-takoe-turbo-buster/01.07.2020]

Таким образом, на основании исследования русских словарей и приведённых примеров можно сделать следующий вывод: сема слова *бустер* состоит из следующих компонентов: усиление + ускорение + увеличение + мощность + устройство + стимуляция + человек.

В результате анализа словарных статей, а также разнообразных контекстов употребления рассматриваемой лексемы была составлена сравнительная таблица, отражающая совокупность сем, зафиксированных у единиц, образованных от английского этимона *booster* в различных сферах его функционирования. В таблицу включены все семантические компоненты, отмеченные в исследуемых лексикографических и корпусных источниках.

Знаком «+» отмечены дефиниции, представленные в соответствующем словаре; знаком «-» обозначено от-

существование данного семантического компонента в одном из анализируемых лексикографических источников. Серым цветом выделены семы, совпадающие во всех рассмо-

трених источниках, тогда как голубым цветом обозначены компоненты, зафиксированные лишь в одном из исследуемых словарей.

Источник исследования	Семантические компоненты								
	техника	детское кресло	медицина	человек	косметика	питание	комп. техн.	моб. связь	музыка
Большой академический словарь русского языка	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Словарь А. И. Дьякова	+	+	+	-	-	+	-	-	-
Словарь иностранных слов	+	-	-	-	-	-	-	-	-
НРЛ	-	-	-	-	-	-	-	-	+
Словарь Е. Н. Шагаловой	-	-	-	-	-	-	-	+	-
Cambridge Dictionary	+	+	-	+	-	-	-	-	-
Dictionary by Merriam-Webster	+	+	+	+	-	-	-	-	-
Словарь молодёжного сленга. My slang	-	+	-	+	-	-	+	-	-
English loans in contemporary Russian — Yuliya Baldwin	+	+	-	-	-	-	-	-	-
НКРЯ	+	+	+	-	+	-	-	-	-

На основе семантического исследования были выявлены следующие типы семантических связей: синонимическая, антонимическая, связь несовместимости, конверсионная корреляция, гиперо-гипонимические отношения. И как видно из сравнительного семантического анализа, наиболее подробно описание данного англицизма дано в русских источниках, а дефиниции, зафиксированные в авторитетных словарных источниках, во многом дублируют определения из Cambridge Dictionary и Merriam-Webster Dictionary для английского этимона *booster*. Исследуемый неологизм имеет большую семантическую и прагматическую адаптацию в русском языке, чем в языке-реципиенте.

В ходе исследования можно выделить разделение семантического освоения — количественное (увеличение числа значений одной лексемы) и суммарные (трансформация семной структуры значения).

Исходя из количества производных от английского этимона видно, что структура русского языка обуславли-

вает тенденцию к словообразовательному освоению англицизмов в русском языке: чем больше производных, тем больше освоенным в семантическом и прагматическом планах является англицизм. Также можно отметить, что семантический анализ англицизмов в сопоставлении с их потенциальными эквивалентами в русском языке обнаружил тенденцию последних к развитию новых значений под влиянием заимствованной лексики.

Сопоставив лексические значения слов в русском и английском языках, следует подчеркнуть, что семантическая адаптация заимствованных слов — это сложный и многообразный процесс. Кроме того, семантические изменения носят индивидуальный характер, о чём говорит большое количество трансформаций лексического значения. В связи с тем, что словарные источники не дают полной картины семантического и прагматического освоения заимствования в русском языке, (поэтому для этого) необходимо подробное изучение контекста употребления.

Литература:

1. Большой академический словарь русского языка. Т. 2. М., СПб.: Наука, 2005. 657 с.
2. Дьяков, А. И. Словарь англицизмов русского языка. М.: Флинта, 2021. 172 с.
3. Маринова, Е. В. Иноязычная лексика современного русского языка. — М.: Флинта: 2012. 90 с.
4. Национальный корпус русского языка. <http://ruscorpora.ru>
5. Новое в русской лексике. Словарные материалы — 1988. СПб.: Д. Буланин, 1996. 381 с.
6. Словарь иностранных слов. М.: Советская энциклопедия, 1937. 724 с.
7. Словарь молодёжного сленга. <https://myslang.ru/words>
8. Шагалова, Е. Н. Словарь новейших иностранных слов (конец XX — начало XXI вв.). М.: АСТ, Астрель, 2009. 944 с.

9. Janurik, Szabolcs. О двух семантических неологизмах английского происхождения в русском языке последних лет: Két angol eredetű szemantikai neologizmusról az utóbbi évek orosz nyelvében. — Изд-во ННГУ им. Н. И. Лобачевского (2022) pp. 80–88
10. English Loans in contemporary Russian by Julia Baldwin. London and New York 2021. 63 с.
11. Merriam–Webster = Dictionary by Merriam–Webster. <https://www.merriam-webster.com>
12. Cambridge Dictionary. [https:// dictionary.cambridge.org/dictionary/english/booster?q=booster](https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/booster?q=booster)

ПСИХОЛОГИЯ

Ранние дезадаптивные схемы как предиктор формирования ненадежных типов привязанности и созависимого поведения

Ванькина Вера Валерьевна, студент магистратуры
Московский психолого-социальный университет

В статье проводится теоретический анализ взаимосвязи между когнитивными структурами личности (ранними дезадаптивными схемами) и особенностями межличностных отношений во взрослом возрасте. На основе анализа современных отечественных и зарубежных исследований рассматривается механизм трансформации детского травматического опыта в устойчивые паттерны ненадежной привязанности взрослых. Обосновывается, что схемы домена «Разрыв и отвержение» (покинутость, недоверие, эмоциональная депривация) выступают фундаментальными предикторами формирования тревожно-амбивалентного и избегающего типов привязанности. Особое внимание уделяется феномену созависимости как следствию активации схем «Нарушенной автономии» и тревожного типа привязанности. Приводятся данные о разной специфике влияния схем на удовлетворенность отношениями в диаде на мужчин и женщин.

Ключевые слова: ранние дезадаптивные схемы, типы привязанности, созависимость, психологическая травма, межличностные отношения, удовлетворенность отношениями, копинг-стратегии, различия у мужчин и женщин.

Early Maladaptive Schemas as Predictors of Insecure Attachment Styles and Codependent Behavior

The article presents a theoretical analysis of the relationship between cognitive personality structures (early maladaptive schemas) and the characteristics of interpersonal relationships in adulthood. Based on the analysis of modern domestic and foreign research, the mechanism of the transformation of childhood traumatic experience into stable patterns of insecure attachment is examined. It is substantiated that schemas of the «Disconnection and Rejection» domain (Abandonment, Mistrust, Emotional Deprivation) act as fundamental predictors of the formation of anxious-ambivalent and avoidant attachment styles. Special attention is paid to the phenomenon of codependency as a consequence of the activation of schemas from the «Impaired Autonomy» domain and anxious attachment style. Data on the gender specificity of the influence of schemas on relationship satisfaction in a dyad are presented.

Keywords: early maladaptive schemas (EMS), attachment styles, codependency, psychological trauma, interpersonal relationships, relationship satisfaction, coping strategies, gender differences.

Введение

В условиях современной социокультурной ситуации проблема построения гармоничных и стабильных межличностных отношений приобретает особую остроту. Статистика разводов, рост числа людей, страдающих от одиночества или находящихся в деструктивных, созависимых отношениях, свидетельствуют о кризисе института семьи и интимности. Актуальность исследования обусловлена необходимостью понимания глубинных интрапсихических механизмов, которые заставляют человека, несмотря на сознательное стремление к счастью и близости, бессознательно воспроизводить травматичные сценарии отвержения или слияния.

Традиционно эти проблемы рассматриваются сквозь призму теории привязанности, основоположником которой является Дж. Боулби. Согласно его фундаментальным трудам, ранний опыт взаимодействия с матерью формирует «внутреннюю рабочую модель» отношений, которая сохраняется на протяжении всей жизни и регулирует ожидания человека от партнера [3; 4]. Л. В. Жихарева в своем анализе подчеркивает, что привязанность — это сложная система, включающая когнитивные компоненты (образы себя и другого), эмоциональные реакции (сигналы о потребностях) и поведенческие паттерны (поиск близости) [5].

Если ранний опыт был травмирующим (эмоциональная холодность, насилие, непредсказуемость роди-

теля), у ребенка формируются специфические нарушения развития. Ю. А. Кочетова и коллеги отмечают, что психотравмирующие события в раннем и дошкольном возрасте (например, нарушения детско-родительских отношений) приводят к расстройству привязанности, замедлению эмоционально-волевого развития и формированию дезадаптивных личностных черт, таких как тревожность, агрессия или социальная замкнутость [6].

Цель данной работы — проанализировать роль ранних дезадаптивных схем (по Дж. Янгу) как когнитивного фундамента, на котором во взрослом возрасте выстраиваются ненадежные типы привязанности и созависимое поведение.

Типы привязанности и феномен созависимости: от детства к взрослости

В классических работах М. Эйнсворт и Дж. Боулби были выделены надежный и ненадежные (избегающий, тревожно-амбивалентный) типы привязанности [8]. Современные исследования подтверждают актуальность этой классификации и раскрывают её поведенческие проявления.

Избегающий тип привязанности

Исследования Л. В. Жихаревой показывают, что дети с избегающим типом демонстрируют эмоциональную отстраненность и псевдонезависимость как защиту от родительского отвержения. Мать не воспринимается ими как «надежная база», поэтому ребенок учится подавлять свои потребности в утешении [5]. Во взрослом возрасте этот паттерн трансформируется в страх близости. Т. С. Агафонова и Г. И. Могилевская указывают, что взрослые с избегающим типом стремятся сохранить дистанцию, воспринимая партнера как угрозу своей автономии. Они склонны скрывать свои чувства и избегать конфликтов путем ухода, что блокирует возможность подлинной интимности [1].

Тревножно-амбивалентный тип и созависимость

Дети с этим типом склонны к «слиянию», они не отходят от матери, их исследовательское поведение подавлено страхом потери объекта привязанности [5]. У взрослых это проявляется как постоянная тревога о возможном разрыве, ревность и навязчивая потребность в подтверждении своей значимости («Любишь ли ты меня?»).

Крайним проявлением тревожной привязанности является созависимость. Е. С. Антонова в своем исследовании обнаружила прямую корреляционную связь ($r=0,55$) между уровнем созависимости и тревожно-амбивалентным типом привязанности у студентов. Созависимая личность характеризуется размытыми психологическими границами, принятием чрезмерной

ответственности за чувства и поведение партнера, а также игнорированием собственных потребностей из-за глубинного страха одиночества [2].

Ранние дезадаптивные схемы как когнитивная основа нарушений

Когнитивно-поведенческий подход, разработанный Дж. Янгом (схема-терапия), позволяет углубить понимание привязанности, рассматривая ее через призму **ранних дезадаптивных схем (РДС)**. Схемы — это устойчивые, глубоко укоренившиеся эмоциональные и когнитивные паттерны, сформированные в детстве в результате неудовлетворения базовых потребностей в безопасности, автономии, свободе выражения эмоций и принятии [12; 13].

Домен «Разрыв и отвержение» и его влияние

Исследование S. Köruk (2017) на выборке из 100 человек подтвердило, что схемы этого домена являются мощнейшими предикторами деструктивного поведения в отношениях.

Схема «Эмоциональная депривация» (убеждение, что потребность в эмоциональной поддержке никогда не будет удовлетворена) имеет сильную положительную корреляцию со страхом отношений и избегающим поведением как у мужчин, так и у женщин. Человек заранее уверен, что его не поймут, и поэтому не открывается партнеру [10].

Схема «Покинутость/Нестабильность» (убеждение, что значимые люди уйдут или умрут) напрямую связана с тревожной привязанностью. Исследование показало, что у женщин эта схема коррелирует с чрезмерной фиксацией на отношениях (relational preoccupation), что является маркером созависимости [10].

Связь с клиническими расстройствами

Взаимосвязь схем и привязанности выходит за рамки просто «трудностей в браке». Е. Özaslan и коллеги (2025), сравнивая пациентов с большим депрессивным расстройством и здоровую группу, обнаружили, что высокие баллы по схемам «Социальная изоляция», «Покинутость» и «Дефективность» тесно связаны с тревожным и избегающим типами привязанности. Более того, именно эти схемы (в сочетании с ненадежной привязанностью) коррелируют с тяжестью депрессивной симптоматики, хронизацией заболевания и повышенным риском суицидального поведения [11]. Это подтверждает тезис о том, что схема — это не просто «мысль», а патогенная структура, разрушающая психическое здоровье.

Специфика у разных полов и диадическое взаимодействие

Особый интерес представляют данные о том, как схемы одного партнера влияют на другого. Использо-

вание модели взаимозависимости актор-партнер (APIM) в исследовании L. Kover и коллег (2024) позволило выявить сложные перекрестные влияния в парах.

Влияние женских схем на мужчин

Было установлено, что схема «Покинутость» у женщин негативно влияет не только на их собственную удовлетворенность, но и на удовлетворенность их партнеров-мужчин. Женская тревога и требования гарантий любви создают эмоциональное давление, которое может приводить мужчину к дистанцированию. Также схема «Недоверие/Ожидание жестокого обращения» у женщин коррелирует со снижением удовлетворенности партнера: постоянная подозрительность и оборонительная позиция женщины истощают ресурс отношений [9].

Влияние мужских схем на женщин

Схема «Эмоциональная депривация» у мужчин является универсальным предиктором низкой удовлетворенности обоих партнеров. Мужская эмоциональная холодность и неспособность давать поддержку быют по базовой потребности женщины в контакте. Интересно, что схема «Уязвимость» (страх катастрофы) у мужчин снижает их собственную удовлетворенность, но не влияет на партнершу, тогда как мужская «Негативность/Пессимизм» отравляет атмосферу в паре в целом [9].

Комплементарность схем

S. Köruk (2017) обнаружил высокие корреляции между схемами партнеров, что подтверждает феномен «схематичности»: люди выбирают друг друга так, чтобы их схемы подкреплялись. Например, женщина со схемой «Покорность» (Subjugation) часто выбирает мужчину со схемой «Грандиозность» или «Поиск одобрения», что создает устойчивый, но дисфункциональный созависимый союз [10].

Роль копинг-стратегий в поддержании созависимости

Почему, несмотря на страдания, люди остаются в таких отношениях? Ответ лежит в плоскости копинг-стратегий (совладающего поведения). Они как «автопилот»: помогают пережить момент, но не решают проблему. Т. Л. Крюкова в своих работах показывает, что совладающее поведение является механизмом, связывающим личностные диспозиции и реальные действия в стрессовой ситуации. При низкой субъектности и наличии дезадаптивных схем человек склонен выбирать непродуктивные стратегии [7].

Литература:

1. Агафонова, Т. С., Могилевская, Г. И. (2024). Влияние типа привязанности на построение гармоничных отношений и удовлетворенность браком. Тенденции развития науки и образования, (7), 66–69. 1

В контексте созависимости работают три дезадаптивных копинга по Дж. Янгу [13]:

— **Капитуляция:** Человек со схемой «Покинутость» выбирает стратегию подчинения. Он терпит плохое отношение, лишь бы не остаться одному. Это основа созависимости.

— **Избегание:** Человек со схемой «Недоверие» избегает близости, трудоголизм или уход в виртуальную реальность становятся способами не чувствовать боль от схемы.

— **Гиперкомпенсация:** Человек со схемой «Дефективность» может вести себя высокомерно и критиковать партнера, чтобы скрыть свою уязвимость (контрзависимое поведение).

Крюкова отмечает, что активное развитие стиля совладающего поведения происходит в подростковом возрасте [7], и именно в этот период, на фоне первой влюбленности, часто закрепляются деструктивные паттерны, если подросток не имеет поддержки и примера здоровых отношений.

Заключение

Проведенный теоретический и эмпирический анализ позволяет сделать следующие выводы:

Фундаментальная роль схем. Ненадежные типы привязанности (тревожный, избегающий) и созависимое поведение во взрослом возрасте являются внешним проявлением активности ранних дезадаптивных схем. Схемы «Эмоциональная депривация», «Покинутость» и «Недоверие» (домен «Разрыв и отвержение») выступают ядром этих нарушений.

Различие влияния схем на мужчин и женщин. Женские схемы (особенно связанные с тревогой отвержения) оказывают более сильное влияние на диadu, часто снижая удовлетворенность обоих партнеров. Мужские схемы (связанные с отстранением и депривацией) провоцируют чувство одиночества у партнерши.

Клиническая значимость. Игнорирование этих паттернов ведет не только к разводам, но и к развитию клинической депрессии и суицидального риска. Созависимость следует рассматривать не просто как «плохую привычку», а как серьезное нарушение адаптации, требующее психотерапевтической интервенции.

Практические рекомендации. Эффективная психологическая помощь должна быть направлена на реструктуризацию схем (схема-терапия). Работа должна включать осознание клиентом своих детских травм, идентификацию дезадаптивных копингов (капитуляции, избегания) и формирование фигуры «Здорового Взрослого», способного удовлетворять свои потребности без слияния или изоляции.

2. Антонова, Е. С., Циркунова, Н. И. (2023). Изучение взаимосвязи созависимости с типами привязанности у студентов. Психологическая студия: сборник статей, Витебск, 40–43. 2
3. Боулби, Дж. Привязанность/Дж. Боулби. -М.: Гардарики, 2003.- 447 с.
4. Боулби, Дж. Создание и разрушение эмоциональных связей / Дж. Боулби. — М., 2006
5. Жихарева, Л. В. (2013). Теория привязанности, теоретические и практические аспекты. Перспективы Науки и Образования, (4), 144–154.
6. Кочетова, Ю. А., Климакова, М. В., Емельянова, Е. А. (2025). Психологическая травма в разные периоды детства. Социальные науки и детство, 6(2), 27–48.
7. Крюкова, Т. Л. (2005). Психология совладающего поведения в разные периоды жизни: автореф. дис.... д-ра психол. наук. Москва.
8. Ainsworth, M. D. S., Blehar, M. C., Waters, E., Wall, S. (1978). Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
9. Kover, L., et al. (2024). The association between early maladaptive schemas and romantic relationship satisfaction. Frontiers in Psychology, 15, 1460723.
10. Körük, S. (2017). Early Maladaptive Schemas and Attachment Styles Predicting Tendencies in Intimate Relationship. European Journal of Education Studies, 3(9), 393–411.
11. Özaslan, E., Türkili, S., Acar, Ş. (2025). Evaluation of Early Maladaptive Schemas and Adult Attachment Profiles in Patients Diagnosed with Major Depressive Disorder... Journal of Clinical Medicine, 14, 170.
12. Young, J. E. (1999). Cognitive therapy for personality disorders: A schema-focused approach. Sarasota, FL: Professional Resource Press.
13. Young, J. E., Klosko, J. S., Weishaar, M. E. (2003). Schema Therapy: A Practitioner's Guide. New York: Guilford Press.

Профессиональное выгорание сотрудников, собирающих заказы для интернет-магазинов и маркетплейсов: факторы, диагностика и профилактика

Волконина Елена Юрьевна, студент магистратуры
Тольяттинский государственный университет (Самарская область)

Статья посвящена актуальной проблеме профессионального выгорания у сотрудников сборочных цехов интернет-магазинов и маркетплейсов — сборщиков заказов (пикеров). На основе анализа современной научной литературы и эмпирических данных выявлена специфика трудовой деятельности данной категории работников: высокая интенсивность, монотонность, физическая нагрузка, тотальный контроль через цифровые системы, дефицит социального взаимодействия и несоответствие между усилиями и вознаграждением. Рассмотрены ключевые факторы риска выгорания на организационном, социальном и индивидуальном уровнях. Предложены методологические подходы к диагностике синдрома, включающие батарею опросников и качественные методы. Обоснованы направления профилактики и коррекции профессионального выгорания с акцентом на изменение организационных условий труда.

Ключевые слова: профессиональное выгорание, сборщики заказов, пикеры, интернет-магазины, маркетплейсы, эмоциональное истощение, деперсонализация, редукция личных достижений, цифровой тейлоризм, профилактика.

Введение

В последнее десятилетие электронная коммерция переживает стремительный рост. Объем продаж через интернет-магазины и маркетплейсы (Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет и др.) увеличивается ежегодно на 30–40 %, что сопровождается расширением складской инфраструктуры и появлением сотен тысяч новых рабочих мест. Ключевой категорией персонала логистических центров являются сборщики заказов (пикеры), чья работа заключается в комплектации товаров по заявкам клиентов.

Несмотря на распространенное представление о «легком» физическом труде в складских условиях, исследования последних лет фиксируют высокий уровень стресса и выгорания среди данной профессиональной группы. Сборщики заказов испытывают давление со стороны автоматизированных систем управления, работают в условиях жестких временных нормативов, подвергаются физическим перегрузкам и одновременно страдают от социальной изоляции. При этом научных работ, специально посвященных выгоранию пикеров, явно недостаточно, что делает настоящее исследование своевременным.

Цель данной статьи — проанализировать специфику профессионального выгорания у сборщиков заказов интернет-магазинов и маркетплейсов, выявить его ключевые факторы, описать методы диагностики и наметить пути профилактики.

1. Теоретические основы изучения профессионального выгорания

Профессиональное выгорание понимается как синдром, развивающийся на фоне хронического стресса, связанного с работой. Согласно классической модели К. Маслач и С. Джексона, выгорание включает три компонента: эмоциональное истощение, деперсонализацию (циничное отношение к работе и ее субъектам) и редукцию личных достижений [5].

Впоследствии модель была адаптирована для разных профессиональных групп, включая работников сферы обслуживания, где субъектом труда выступают люди, и работников «человек-техника», где взаимодействие минимально. Выгорание сборщиков заказов занимает промежуточное положение: они не контактируют с клиентами, но испытывают давление со стороны алгоритмов и менеджмента.

Важной теоретической рамкой является модель «Рабочая среда — Выгорание — Вовлеченность» (Areas of Worklife Scale) М. Лейтера и К. Маслач [6], выделяющая шесть ключевых областей несоответствия: рабочая нагрузка, контроль, вознаграждение, сообщество, справедливость и ценности. Эта модель особенно релевантна для понимания выгорания у пикеров, чья деятельность часто характеризуется дефицитом по всем шести параметрам.

Работа сборщиков заказов оказались практически не охвачены вниманием исследователей, хотя их труд приобретает все более массовый характер.

В отечественной психологии значительный вклад в изучение эмоционального выгорания внесла Водопьянова Н. Е.

2. Специфика трудовой деятельности сборщиков заказов как фактор риска выгорания

2.1. Высокая интенсивность и «цифровой тайлоризм»

Работа сборщика заказов в современных интернет-магазинах и маркетплейсах жестко алгоритмизирована. Сотрудник получает указания от терминала: номер стеллажа, ячейки, количество товара. Его шаги, время на сборку, количество ошибок фиксируются в режиме реального времени. Система автоматически формирует рейтинг эффективности. Эта модель, названная исследователями «цифровым тейлоризмом» [4], предполагает предельную стандартизацию и контроль, при которых работник лишен автономии и возможности влиять на темп труда. Хроническое давление временных нормативов (норма сборки — до 150–200 позиций в час) неизбежно провоцирует эмоциональное истощение.

2.2. Монотонность и сенсорная депривация

Складское пространство маркетплейсов представляет собой однообразную среду: бесконечные ряды стеллажей, однотипные коробки, минимум естественного света. Сборщик за смену преодолевает от 15 до 25 км, его деятельность сводится к повторяющимся операциям: «пойти — найти — взять — положить». Как показывают исследования по психологии труда, длительное выполнение монотонных сенсомоторных действий в условиях сниженной стимуляции ведет к развитию состояния психического пресыщения и снижению тонуса ЦНС (Леонова, 2016) [3]. Монотония является одним из предикторов редукции личных достижений — человек перестает видеть смысл в своей работе.

2.3. Физические нагрузки и профессиональные риски

Сидячая или, напротив, стоячая работа не является единственным бичом сотрудников складов. Сборщики заказов ежедневно поднимают и перемещают грузы: от мелких упаковок до 20–30 кг. Значительная часть кладовщиков и пикеров (до 60 % по данным ВОЗ) испытывают боли в спине и суставах. Хроническая физическая усталость и болевой синдром усугубляют эмоциональное истощение, формируя порочный круг: физическое недомогание снижает психологическую устойчивость, а выгорание усиливает восприятие физического дискомфорта.

2.4. Социальная изоляция и низкий статус

Несмотря на работу в крупных коллективах (склады до 2000 человек), сборщики заказов практически не взаимодействуют друг с другом. Коммуникация в основном сводится к коротким обменам информацией в зоне загрузки или на перерывах. Во время выполнения задания сотрудник перемещается один, под контролем «безличной системы». Ограничение социальных контактов ведет к снижению чувства общности и, по модели Лейтера и Маслач, — к дефициту по параметру «сообщество». Кроме того, профессия сборщика заказов воспринимается как низкоквалифицированная и мало престижная, что снижает самооценку сотрудника и способствует редукции личных достижений.

3. Эмпирическое исследование выгорания у сборщиков заказов

Для верификации выявленных теоретических предположений нами было проведено пилотажное исследование на базе склада OZON (г. Казань) в период октябрь–декабрь 2023 года. В исследовании приняли участие 74 сборщика заказов, средний возраст — 29,4 года, стаж работы — от 1 месяца до 3 лет [2]. Использовались следующие методики: опросник «Профессиональное выгорание» (адаптация Н. Е. Водопьяновой на основе MBI К. Маслач) [1],

шкала оценки рабочей нагрузки (NASA-TLX) и краткая шкала удовлетворенности трудом.

3.1. Результаты: уровень выгорания

Анализ данных показал, что у 43 % респондентов зафиксирован высокий уровень эмоционального истощения, у 38 % — средний. Деперсонализация (циничное отношение к работе и клиентам) выражена у 31 % сборщиков. Наиболее ярко проявилась редукция личных достижений: 67 % сборщиков оценивают свою работу как рутинную и не имеющую ценности, что коррелирует с низкой удовлетворенностью трудом ($r=0,58$, $p<0,01$). Примечательно, что уровень выгорания не зависел от возраста или пола, но был значимо выше у сотрудников со стажем более 1,5 лет и у работающих в ночные смены [2].

3.2. Факторы, связанные с выгоранием

Методом множественного регрессионного анализа установлено, что основными предикторами выгорания в данной выборке являются:

Высокая рабочая нагрузка (норма сборки более 180 позиций в час) — вклад в дисперсию 34 %.

Низкий уровень контроля (невозможность влиять на темп работы, отсутствие перерывов по собственной инициативе) — 22 %.

Воспринимаемая несправедливость: непрозрачная система начисления бонусов, штрафы за ошибки при отсутствии поощрений за скорость — 18 %.

Дефицит социальной поддержки со стороны коллег и непосредственного руководителя — 12 %.

Полученные данные полностью соответствуют модели «Рабочая среда — Выгорание — Вовлеченность» и подчеркивают роль организационных факторов, а не только индивидуально-психологических особенностей работников [6].

4. Направления профилактики и коррекции

На основе проведенного анализа можно предложить следующие меры, направленные на снижение риска выгорания у сборщиков заказов:

Оптимизация норм выработки. Внедрение дифференцированных нормативов с учетом сложности товаров (мелкие и крупногабаритные) и времени суток. Снижение темпа в пиковые часы (после 8 часов работы) для предотвращения накопления усталости.

Повышение автономии. Предоставление работникам возможности выбора зон сборки в начале смены, введение «микропауз» (2–3 минуты каждый час) без санкций со стороны системы контроля.

Развитие социальной поддержки. Организация коротких брифингов в начале смены, создание чатов для неформального общения, обучение линейных супервайзеров навыкам эмпатичного общения и признания заслуг сотрудников.

Прозрачная система мотивации. Пересмотр системы штрафов и бонусов: фиксация объективных критериев оценки, введение наград за «лучшего сборщика месяца» (не только по скорости, но и по качеству), информирование о достижениях через внутренние доски почета.

Психологическое сопровождение. Проведение краткосрочных программ по управлению стрессом, обучение техникам саморегуляции (дыхательные упражнения, переключение внимания), доступ к горячей линии психологической поддержки.

Заключение

Профессия сборщика заказов, возникшая на стыке традиционной логистики и цифровых платформ, представляет собой яркий пример труда в условиях алгоритмического менеджмента, когда контроль и нормирование осуществляются автоматизированными системами. Это накладывает отпечаток на психологическое состояние работников, повышая риски эмоционального истощения, деперсонализации и редукции личных достижений.

Проведенное пилотажное исследование подтвердило, что выгорание у сборщиков заказов обусловлено не только высокой нагрузкой, но и специфическими организационными факторами: дефицитом автономии, несправедливостью стимулирования и слабой социальной поддержкой. Полученные данные указывают на необходимость проектирования рабочих мест с учетом человеческого фактора даже в условиях автоматизированного склада.

Ограничения и перспективы. Наше исследование имеет ряд ограничений: небольшая выборка, проведена на одном складе, использовались только самоотчетные методики. В дальнейшем целесообразно расширить выборку, включить объективные показатели (частота ошибок, количество больничных листов, текучесть кадров), а также провести лонгитюдное исследование для оценки динамики выгорания.

Практическая значимость. Результаты работы могут быть использованы службами HR и охраны труда в компаниях электронной коммерции для разработки программ профилактики профессионального выгорания. Внедрение предложенных мер (оптимизация норм, повышение автономии, развитие социальной поддержки, прозрачная мотивация) способно не только улучшить психологическое самочувствие сотрудников, но и снизить текучесть кадров, повысив общую эффективность складских операций.

Таким образом, проблема выгорания у сборщиков заказов требует комплексного подхода, сочетающего изменения в организации труда, управленческие практики и психологическое сопровождение. Игнорирование этих аспектов в условиях растущей роботизации и алгоритмизации может привести к дальнейшему ухудшению трудовой мотивации и росту социально-психологической напряженности в складской логистике.

Литература:

1. Водопьянова Н. Е. Синдром выгорания: диагностика и профилактика. — СПб.: Юрайт, 2023, 299с.
2. Распоряжение Правительства РФ от 01.11.2021 № 3108-р «Об утверждении плана мероприятий по реализации Концепции цифровой трансформации рынка труда»....
3. Леонова, И. И. Психодиагностика функциональных состояний человека / М. Изд. МГУ, 2016. — 200 с.
4. Altenried, M. The Digital Factory: The Human Labor of Automation / Moritz Altenried. — Chicago: University of Chicago Press, 2022. — 224 с. — ISBN 978-0-226-81548-0, 978-0-226-81549-7, 978-0-226-81550-3.
5. Maslach, C. Jackson, S. E. The Measurement of Experienced Burnout// Journal of Occupational Behavior.-1981.-Vol.2, No.2.-P.99-113.
6. Leiter M. P., Maslach C. Areas of worklife: A structured approach to organizational predictors of job burnout // Research in Occupational Stress and Well Being. — 2004. — Vol. 3.- P. 91-134.
7. OZON. Отчет об устойчивом развитии 2022. — М., 2023.

Особенности осознания переноса и контрпереноса в условиях дистанционного психологического консультирования

Волнова Ирина Николаевна, студент магистратуры
Тольяттинский государственный университет (Самарская область)

В статье представлены результаты пилотного эмпирического исследования, направленного на изучение особенностей осознания переноса и контрпереноса в условиях дистанционного психологического консультирования. Актуальность темы связана с активным развитием онлайн формата психологической помощи и необходимостью более внимательного изучения профессиональной рефлексии психолога консультанта в изменившихся условиях взаимодействия с клиентом. В исследовании приняли участие 41 респондент, среди которых были практикующие психологи, начинающие специалисты и студенты психологических направлений подготовки. Основным методом исследования выступило анкетирование, проведенное с использованием авторской анкеты. Полученные результаты показали, что большинство респондентов замечают эмоциональные реакции на клиента в процессе консультативной работы, при этом наиболее часто отмечаются сочувствие, желание помочь любой ценой, раздражение, усталость, тревога и отстранённость. Установлено, что дистанционный формат консультирования неоднозначно воспринимается специалистами: часть респондентов отмечает его влияние на контрпереносные реакции, другая часть не считает онлайн формат существенным фактором. Особое значение в осознанной работе с контрпереносом имеют личная терапия, супервизия и развитие профессиональной рефлексии. Делается вывод о том, что перенос и контрперенос сохраняют свою значимость в дистанционном консультировании и могут рассматриваться как важный материал для понимания динамики консультативного взаимодействия.

Ключевые слова: перенос, контрперенос, дистанционное консультирование, онлайн консультирование, психолог консультант, профессиональная рефлексия, супервизия, личная терапия.

Awareness of transference and countertransference in online psychological counseling

Volnova Irina Nikolayevna, master's student
Togliatti State University (Samara Oblast)

The article presents the results of a pilot empirical study aimed at examining the awareness of transference and countertransference in online psychological counseling. The relevance of the topic is determined by the active development of online psychological support and the need to study the professional reflection of counseling psychologists in new conditions of interaction with clients. The study involved 41 respondents, including practicing psychologists, beginning specialists, and psychology students. The main research method was a questionnaire survey developed by the author. The results showed that most respondents experience emotional reactions toward clients. Countertransference most often manifests itself in sympathy, the desire to help at any cost, irritation, fatigue, anxiety, and emotional distancing. The study also revealed that online counseling is perceived ambiguously by specialists: some respondents note its influence on countertransference reactions, while others do not consider the online format to be a significant factor. Personal

therapy, supervision, and professional reflection play an important role in working with countertransference. The results indicate that transference and countertransference remain significant phenomena in online psychological counseling and may be considered important material for understanding the dynamics of the counseling relationship.

Keywords: *transference, countertransference, online counseling, psychological counseling, counseling psychologist, professional reflection, supervision, personal therapy.*

Введение

Современная психологическая практика всё активнее развивается в дистанционном формате. Онлайн консультирование стало не временной заменой очной работы, а самостоятельной формой психологической помощи, которая имеет свои возможности, ограничения и профессиональные требования. Для клиента такой формат часто оказывается более доступным: не требуется дорога, проще подобрать специалиста, появляется возможность получать помощь независимо от места проживания. Для психолога дистанционное консультирование также открывает новые профессиональные перспективы, однако одновременно требует более внимательного отношения к качеству контакта, границам взаимодействия и собственным эмоциональным реакциям.

Одними из ключевых феноменов консультативного процесса являются перенос и контрперенос. Перенос обычно связывают с тем, что клиент бессознательно переносит на психолога чувства, ожидания и модели отношений, сформированные в прошлом опыте взаимодействия со значимыми людьми. Контрперенос, в свою очередь, представляет собой совокупность эмоциональных, когнитивных и телесных реакций психолога, возникающих в ответ на клиента и особенности контакта с ним.

В классической психоаналитической традиции перенос и контрперенос рассматривались как важные процессы терапевтических отношений. З. Фрейд подчёркивал значение переноса в психоаналитической работе, а контрперенос первоначально понимался скорее как помеха, связанная с личными неразрешёнными конфликтами аналитика [1]. В дальнейшем представления о контрпереносе значительно изменились. В современных психодинамических, реляционных и интегративных подходах он всё чаще рассматривается не только как трудность, но и как источник информации о клиенте, особенностях контакта и динамике консультативного процесса [2; 3].

Для психолога консультанта особенно важно не отрицать собственные реакции, а замечать их, выдерживать и осмысливать. Раздражение, усталость, сочувствие, желание защитить клиента или, наоборот, эмоционально отстраниться могут становиться значимыми профессиональными сигналами. Однако эти сигналы приобретают ценность только тогда, когда специалист способен отделять личный материал от того, что возникает непосредственно в процессе контакта с клиентом.

В условиях дистанционного консультирования данная задача становится особенно актуальной. Онлайн формат

ограничивает объём невербальной информации: психолог не всегда видит позу клиента, телесные реакции, микродвижения, особенности присутствия в пространстве. При этом возрастает значение голоса, пауз, темпа речи, качества зрительного контакта через экран, технических сбоев и субъективного ощущения близости или дистанции. Всё это может влиять на проявление переноса и контрпереноса.

Целью статьи является анализ результатов пилотного эмпирического исследования, направленного на изучение особенностей осознания переноса и контрпереноса в условиях дистанционного психологического консультирования.

Материалы и методы исследования

Эмпирическое исследование проводилось в онлайн формате с использованием метода анкетирования. Для сбора данных была разработана авторская анкета, реализованная с помощью сервиса Google Forms. Метод анкетирования был выбран в связи с возможностью получить ответы от респондентов с различным уровнем профессиональной подготовки и опытом дистанционного консультирования.

В исследовании приняли участие 41 респондент. В выборку вошли студенты психологических направлений подготовки, начинающие специалисты и практикующие психологи. Среди участников были русскоговорящие специалисты, проживающие в России и Люксембурге, выпускники программ подготовки психологов консультантов, студенты магистратуры Тольяттинского государственного университета, а также коллеги автора по производственной практике на базе Психологического центра ТГУ.

Выборка формировалась через профессиональное и образовательное окружение автора. В исследовании приняли участие представители психологического сообщества, с которыми автор взаимодействует в рамках обучения, профессионального общения, практики и совместной деятельности. Такой способ формирования выборки позволил обратиться к респондентам, для которых тема дистанционного консультирования, профессиональной рефлексии, переноса и контрпереноса имеет не только теоретическое, но и практическое значение.

Анкета включала несколько смысловых блоков. Первый блок был направлен на получение общей характеристики выборки: пол, возраст, профессиональный статус. Второй блок касался опыта дистанционного консультирования. Третий блок был посвящён контрпереносным реакциям:

наличию эмоциональных реакций на клиента, сложности их распознавания, характеру наиболее часто возникающих реакций. Четвёртый блок был связан с переносом и клиентским опытом самих респондентов. Пятый блок был направлен на изучение особенностей онлайн формата. Шестой блок касался личной терапии, супервизии и отношения к контрпереносу как профессиональному инструменту.

Перед началом опроса респондентам было предложено краткое пояснение ключевых понятий. Под переносом понималось бессознательное перенесение клиентом чувств, ожиданий и моделей отношений прошлого опыта на фигуру психолога. Контрперенос рассматривался как совокупность эмоциональных, когнитивных и телесных реакций психолога, возникающих в ответ на клиента и процесс консультативного взаимодействия.

Исследование носило пилотный характер и было направлено на выявление первичных тенденций в восприятии и осознании переноса и контрпереноса специалистами, работающими или обучающимися в сфере психологического консультирования.

Результаты исследования

Анализ данных показал, что большинство участников исследования имеют опыт дистанционного консультирования. Наличие такого опыта указали 92,7 % респондентов, 7,3 % сообщили, что подобного опыта не имеют. Это позволяет рассматривать выборку как релевантную теме исследования, поскольку большинство участников непосредственно сталкивались с онлайн форматом консультативной работы.

По профессиональному статусу выборка распределялась следующим образом: 43,9 % составили практикующие психологи, 31,7 % студенты психологических направлений подготовки, 22 % начинающие специалисты, 2,4 % указали иной вариант ответа. Таким образом, в исследовании представлены участники с разным уровнем профессиональной подготовки: от студентов, находящихся на этапе формирования профессиональной позиции, до специалистов, уже имеющих практический опыт.

Большинство респондентов отмечают наличие эмоциональных реакций на клиента в процессе консультации. Регулярно такие реакции замечают 31,7 % участников, иногда 53,7 %, редко 14,6 %. Эти данные позволяют предположить, что контрперенос является распространённым явлением в консультативной практике и воспринимается многими специалистами как естественная часть профессионального взаимодействия.

Наиболее часто респонденты отмечали следующие контрпереносные реакции: сочувствие, желание помочь любой ценой, раздражение, усталость, тревогу и отстранённость. Наиболее часто среди ответов встречалось сочувствие. Также значимое место занимает стремление «помочь любой ценой». Данная реакция заслуживает особого внимания, поскольку с одной стороны она может

отражать эмпатию и профессиональную включённость, а с другой может указывать на риск формирования спасательской позиции и нарушения профессиональных границ.

Важным показателем исследования стала оценка респондентами способности распознавать собственные контрпереносные реакции. Очень легко распознают такие реакции 24,4 % участников, скорее легко 56,1 %, скорее сложно 17,1 %, очень сложно 2,4 %. Таким образом, большинство респондентов оценивают свою способность к осознанию контрпереноса как достаточно высокую. Однако наличие группы участников, которым скорее сложно или очень сложно распознавать собственные реакции, показывает, что данный навык требует специального развития.

Отдельный блок анкеты был посвящён переносу в клиентском опыте самих респондентов. Опыт пребывания в роли клиента у психолога указали 92,7 % участников. Среди них выраженные переносные реакции отмечали 17 человек, слабовыраженные 18 человек, отсутствие подобных реакций отметили 3 человека. Наиболее часто участники называли доверие, симпатию, страх оценки, раздражение, зависимость и недоверие.

Эти данные показывают, что перенос проявляется не только в теоретическом описании консультативного процесса, но и в личном опыте специалистов и студентов психологических направлений. При этом перенос не сводится только к положительным чувствам. Он может включать как доверие, симпатию и ожидание поддержки, так и напряжение, страх оценки, недоверие или раздражение. Такая многомерность подтверждает сложность феномена и его значимость для понимания отношений между клиентом и психологом.

Отношение респондентов к влиянию дистанционного формата на проявление контрпереноса оказалось неоднозначным. Часть участников считает, что онлайн формат усиливает контрпереносные реакции, часть полагает, что он их ослабляет, другая часть не видит существенного влияния или затрудняется ответить. Это может быть связано с различиями в профессиональном опыте, привычках работы, личном отношении к онлайн консультированию и степенью адаптации к дистанционному формату.

Среди факторов, усложняющих работу с контрпереносом онлайн, респонденты чаще всего называли отсутствие полноценного невербального контакта, технические сложности, усталость от экрана и ощущение дистанции. Эти результаты показывают, что онлайн формат меняет привычную структуру контакта и предъявляет к специалисту повышенные требования к наблюдательности, устойчивости внимания и способности уточнять эмоциональное состояние клиента.

Особое значение в исследовании имел вопрос о личной терапии и супервизии. Регулярно используют супервизию или личную терапию 68,3 % респондентов, часть участников обращается к этим формам поддержки иногда, а некоторые не используют их. Полученные данные позволяют предположить, что личная терапия и супервизия

связаны с более осознанным отношением специалистов к собственным эмоциональным реакциям.

Большинство участников исследования рассматривают контрперенос как потенциально полезный профессиональный инструмент. Контрперенос считают полезным 43,9 % респондентов, ещё 41,5 % выбрали вариант «скорее да». Только 14,6 % участников относятся к нему скорее отрицательно или не считают его полезным. Также большинство респондентов признают влияние осознанности контрпереноса на качество работы психолога.

Обсуждение результатов

Полученные результаты позволяют рассматривать перенос и контрперенос как значимые феномены, сохраняющие актуальность в условиях дистанционного психологического консультирования. Контрпереносные реакции, отмечаемые респондентами, не являются чем то исключительным или свидетельствующим о профессиональной несостоятельности. Напротив, они отражают естественную эмоциональную включённость специалиста в консультативное взаимодействие.

При этом важным является не сам факт наличия реакции, а способ обращения с ней. Если психолог замечает своё раздражение, тревогу, усталость, чрезмерное сочувствие или желание немедленно спасти клиента, он получает возможность исследовать эти реакции и использовать их как материал для понимания происходящего в контакте. Если же реакции остаются неосознанными, они могут приводить к отыгрыванию, нарушению границ, избеганию сложных тем или чрезмерной вовлечённости в ситуацию клиента.

Особенно показательной является реакция «желание помочь любой ценой». В помогающих профессиях эта реакция может казаться социально одобряемой, однако в консультативной практике она требует внимательного отношения. Стремление помочь любой ценой может быть связано не только с эмпатией, но и с внутренней потребностью специалиста чувствовать себя нужным, эффективным, значимым. В этом смысле контрперенос становится не только откликом на клиента, но и индикатором процессов самого психолога.

С позиции гештальт подхода особое значение имеет осознание того, что происходит с психологом в контакте. Эмоциональная реакция специалиста может быть частью поля взаимодействия и указывать на то, какие процессы разворачиваются между психологом и клиентом. Однако для профессионального использования такого материала необходима способность к рефлексии, выдерживанию неопределённости и сохранению границ.

Данные о переносе в клиентском опыте респондентов также имеют важное значение. Большинство участников исследования были в роли клиента у психолога и отмечали эмоциональные реакции по отношению к специалисту. Это подтверждает, что перенос является не только теоретическим понятием, но и живым переживаемым

процессом. Доверие, симпатия, страх оценки, раздражение, недоверие и зависимость могут возникать в пространстве консультирования и отражать способы построения отношений, которые клиент приносит из своего прошлого опыта.

Дистанционный формат вносит в эти процессы дополнительные особенности. Отсутствие полноценного телесного присутствия и ограниченность невербальных сигналов могут усиливать субъективные интерпретации. Например, пауза клиента в онлайн консультации может восприниматься психологом как сопротивление, усталость, потеря контакта или техническая задержка. Подобные ситуации требуют от специалиста готовности не делать поспешных выводов, а уточнять происходящее в контакте.

В то же время результаты исследования показывают, что онлайн формат не воспринимается всеми участниками как однозначное затруднение. Для части специалистов дистанционное консультирование стало привычной рабочей средой. Можно предположить, что влияние онлайн формата зависит не только от технических условий, но и от профессионального опыта, личной адаптации специалиста и качества его подготовки.

Практический опыт автора, связанный с обучением психологическому консультированию, прохождением производственной практики на базе Психологического центра ТГУ, участием в подготовке психологического просветительского контента и разработкой проектов, направленных на развитие осознанности, позволяет рассматривать тему профессиональной рефлексии не только в теоретическом, но и в прикладном аспекте. Работа с коллегами, студентами и профессиональным сообществом показывает, что способность психолога замечать собственные реакции является важной частью профессионального становления.

Отдельно следует отметить значение проектов, направленных на развитие самонаблюдения и осознанности. Подобные практико ориентированные формы работы помогают переводить психологические идеи из теоретического уровня в доступные инструменты самоподдержки и рефлексии. В этом контексте тема осознания контрпереноса оказывается связанной не только с индивидуальной практикой психолога, но и с более широкой задачей формирования культуры психологической внимательности к себе и другому.

Заключение

Проведённое пилотное исследование позволило выявить особенности осознания переноса и контрпереноса в условиях дистанционного психологического консультирования.

Полученные результаты показали, что контрперенос является распространённым феноменом консультативной практики. Большинство респондентов отмечают наличие эмоциональных реакций на клиента, при этом

наиболее часто встречаются сочувствие, желание помочь любой ценой, раздражение, усталость, тревога и эмоциональная отстранённость.

Установлено, что большинство специалистов оценивают свою способность распознавать контрпереносные реакции как достаточно высокую, однако часть респондентов испытывает трудности в их осознании. Это подтверждает необходимость развития профессиональной рефлексии, регулярной личной терапии и супервизии.

Исследование также показало, что перенос активно проявляется в клиентском опыте самих респондентов и может включать как позитивные, так и напряжённые эмоциональные реакции по отношению к психологу. Это позволяет рассматривать перенос как важный диагностический материал, отражающий особенности внутреннего опыта и межличностных ожиданий клиента.

Дистанционный формат консультирования воспринимается специалистами неоднозначно. Основными трудностями онлайн работы являются отсутствие полноценного невербального контакта, технические сложности, усталость от экрана и ощущение дистанции. Вместе с тем часть респондентов не считает онлайн формат существенным

препятствием, что может быть связано с уровнем профессиональной адаптации.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы при подготовке психологов консультантов, развитии программ супервизионной поддержки и формировании навыков профессиональной рефлексии у специалистов, работающих в дистанционном формате.

Поскольку исследование носило пилотный характер, его результаты требуют дальнейшего изучения на более широкой и сбалансированной выборке. Перспективным направлением дальнейшей работы является более детальный анализ связи между уровнем профессионального опыта, регулярностью супервизии и способностью специалиста осознать контрпереносные реакции.

Таким образом, перенос и контрперенос сохраняют свою значимость в современном дистанционном консультировании. Осознанное отношение психолога к собственным эмоциональным реакциям может рассматриваться как важное условие профессиональной устойчивости, качества консультативной помощи и сохранения терапевтического альянса.

Литература:

1. Фрейд, З. Введение в психоанализ / З. Фрейд. — Москва: АСТ, 2020. — 544 с. — URL: <https://ast.ru/book/vvedenie-v-psikhoanaliz-717682/> (дата обращения: 09.06.2026).
2. Gabbard, G. O. Psychodynamic Psychiatry in Clinical Practice / G. O. Gabbard. — 5th ed. — Washington, DC: American Psychiatric Association Publishing, 2014. — 653 p. — URL: https://www.appi.org/psychodynamic_psychiatry_in_clinical_practice_fifth_edition (дата обращения: 09.06.2026).
3. Ракер, Г. Значение и использование контрпереноса / Г. Ракер // Московский психотерапевтический журнал. — 1998. — № 2. — URL: https://psyjournals.ru/journals/cpp/archive/1998_n2/cpp_1998_n2_Raker.pdf (дата обращения: 09.06.2026).
4. Калитеевская, Е. Формирование личности гештальт-терапевта / Е. Калитеевская // Московский гештальт-институт. — URL: <https://gestalt.ru/formirovanie-lichnosti-geshtalt-terapevta/> (дата обращения: 09.06.2026).
5. Greenberg, J. R. Object Relations in Psychoanalytic Theory / J. R. Greenberg, S. A. Mitchell. — Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1983. — 437 p. — URL: <https://www.hup.harvard.edu/books/9780674629752> (дата обращения: 09.06.2026).
6. Rogers, C. R. Client-Centered Therapy: Its Current Practice, Implications and Theory / C. R. Rogers. — Boston: Houghton Mifflin, 1951. — 560 p. — URL: https://books.google.com/books/about/Client_centered_Therapy.html?id=x032nQEACAAJ (дата обращения: 09.06.2026).
7. Norcross, J. C. Psychotherapy Relationships That Work. Vol. 1: Evidence-Based Therapist Contributions / J. C. Norcross, M. J. Lambert. — 3rd ed. — Oxford: Oxford University Press, 2019. — URL: <https://global.oup.com/academic/product/psychotherapy-relationships-that-work-9780190843953> (дата обращения: 09.06.2026).
8. Simpson, S. G. Therapeutic alliance in videoconferencing psychotherapy: a review / S. G. Simpson, C. L. Reid // Australian Journal of Rural Health. — 2014. — Vol. 22, № 6. — P. 280–299. — DOI: 10.1111/ajr.12149. — URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25495622/> (дата обращения: 09.06.2026).

Повышение стрессоустойчивости старших подростков на уроках физической культуры

Ганин Павел Андреевич, студент магистратуры

Научный руководитель: Листик Елена Мариковна, кандидат психологических наук, доцент
Московский городской педагогический университет

В статье представлены результаты апробации программы повышения стрессоустойчивости у обучающихся старшего подросткового возраста (15–17 лет), построенной на интеграции методов психологической саморегуляции в уроки физической культуры. Описана организация экспериментальной работы на базе ГБОУ «школа № 152» г. Москвы (n=60). Установлено, что после трёх недель реализации программы (8 уроков) в экспериментальной группе достоверно снизились показатели реактивной (с 46,8 до 38,6 балла) и личностной (с 48,8 до 39,9 балла) тревожности, повысился общий уровень осознанной саморегуляции (с 26,4 до 35,1 балла), увеличилось использование адаптивных копинг-стратегий и снизилось использование неадаптивных, повысилась самооценка стрессоустойчивости (суммарный балл снизился с 42,8 до 33,7). В контрольной группе значимых изменений не зафиксировано. Полученные результаты подтверждают эффективность предложенной программы.

Ключевые слова: стрессоустойчивость, старший подростковый возраст, уроки физической культуры, саморегуляция, копинг-стратегии, тревожность.

Введение

Современное общество предъявляет всё более высокие требования к психологической устойчивости личности. Особенно остро эти вызовы проявляются в старшем подростковом возрасте (15–17 лет) — периоде интенсивного личностного становления, завершения школьного обучения и выбора профессионального пути. Многочисленные исследования последних лет свидетельствуют о росте тревожности, эмоциональной нестабильности и стрессовых состояний у обучающихся данного возраста [1; 2]. По данным М. В. Даниловой, до 70 % старшеклассников испытывают хронический учебный стресс, связанный с подготовкой к экзаменам, высокой учебной нагрузкой и межличностными конфликтами, что негативно сказывается на их успеваемости, физическом здоровье и общем благополучии [6, с. 130].

В этой связи проблема целенаправленного формирования стрессоустойчивости — способности личности успешно противостоять стрессовым воздействиям, сохраняя оптимальную работоспособность и психологическое равновесие — приобретает ключевое значение для системы образования. Одним из наиболее доступных и эффективных инструментов повышения стрессоустойчивости являются уроки физической культуры. Как показывают работы А. Е. Ловягиной [15] и С. В. Рожкова [16], систематическая физическая активность не только улучшает соматическое здоровье, но и способствует развитию волевых качеств, саморегуляции, снижению уровня тревожности и депрессивных проявлений.

Однако, несмотря на доказанный потенциал, в массовой школьной практике ресурс уроков физической культуры для развития стрессоустойчивости используется недостаточно. Цель исследования — определить особенности развития стрессоустойчивости старших подростков на уроках физической культуры.

Теоретическое обоснование

Теоретико-методологической основой исследования выступили: когнитивно-транзакциональная модель стресса Р. Лазаруса и С. Фолкмана, согласно которой стрессовая реакция опосредована когнитивной оценкой ситуации и воспринимаемыми возможностями совладания [9, с. 27]; теория осознанной саморегуляции В. И. Моросановой, рассматривающая регуляторные процессы (планирование, моделирование, программирование, оценивание) как ключевой механизм стрессоустойчивости [12, с. 383]; а также принципы психологии физической культуры и спорта, обосновывающие стресс-протективный потенциал систематических физических нагрузок [15, с. 150].

Ключевыми механизмами стрессоустойчивости, доступными для целенаправленного формирования в подростковом возрасте, являются осознанная саморегуляция и адаптивные копинг-стратегии (проблемно-ориентированный копинг, поиск социальной поддержки, положительная переоценка). Физическая активность и занятия физической культурой признаны эффективным средством повышения стрессоустойчивости, что открывает широкие возможности для интеграции психологических техник в уроки физической культуры в школе [14, с. 45; 15].

Организация и методы исследования

Эмпирическое исследование проводилось на базе ГБОУ «школа № 152» г. Москвы в период с 20 апреля по 20 мая 2026 года. В исследовании приняли участие 60 обучающихся старшего подросткового возраста (учащиеся 10–11 классов)

в возрасте от 16 до 17 лет (42 юноши и 18 девушек). Все участники были разделены на экспериментальную (ЭГ, $n=30$) и контрольную (КГ, $n=30$) группы, эквивалентные по возрасту, полу и уровню физической подготовленности.

Исследование включало три последовательных этапа: констатирующий (20–25 апреля 2026 г.) — первичная психодиагностика всех участников; формирующий (26 апреля — 18 мая 2026 г.) — проведение разработанной программы в экспериментальной группе; контрольный (19–20 мая 2026 г.) — повторная психодиагностика для оценки динамики показателей.

Для диагностики уровня стрессоустойчивости использовался следующий комплекс методик:

Шкала реактивной и личностной тревожности Ч. Д. Спилбергера — Ю. Л. Ханина (оценка ситуативной и устойчивой тревожности).

Тест «Стиль саморегуляции поведения» (ССП-98) В. И. Моросановой (диагностика осознанной саморегуляции).

Опросник «Способы совладающего поведения» Р. Лазаруса и С. Фолкмана (WCQ) в адаптации Т. Л. Крюковой, Е. В. Куфтык, М. С. Замышляевой (выявление доминирующих копинг-стратегий).

Тест на самооценку стрессоустойчивости личности Н. В. Киршевой и Н. В. Рябчиковой (субъективная оценка своей стрессоустойчивости).

Статистическая обработка данных проводилась с использованием пакета SPSS Statistics 26.0. Для оценки внутригрупповых изменений применялся Т-критерий Вилкоксона (для зависимых выборок), для межгруппового сравнения на контрольном этапе — U-критерий Манна–Уитни (для независимых выборок). Статистически значимыми считались различия при уровне $p < 0,05$.

Программа повышения стрессоустойчивости

Разработанная программа рассчитана на 3 недели (26 апреля — 18 мая 2026 года) и включает 8 уроков физической культуры (2–3 урока в неделю). Каждый урок имеет стандартную трёхчастную структуру (подготовительная, основная, заключительная части), в каждую из которых интегрированы специальные психологические техники. Программа включает три последовательные фазы:

Адаптационная фаза (неделя 1): знакомство с диафрагмальным дыханием, краткая визуализация «Луч», рефлексивные микропаузы, введение элементов высокоинтенсивных интервальных тренировок (ВИИТ) в щадящем режиме.

Основная фаза (неделя 2): полноценное выполнение всех компонентов, повышение интенсивности ВИИТ, введение рефлексивного круга «Что я чувствую?», аутогенной тренировки «Тяжесть — тепло», командных игр с изменяющимися правилами.

Закрепляющая фаза (неделя 3): автоматизация навыков саморегуляции, самостоятельное выполнение дыхательных упражнений и рефлексии с минимальными инструкциями учителя, акцент на переносе освоенных навыков в повседневную жизнь.

Результаты исследования

На констатирующем этапе установлено, что для старших подростков обследованной выборки характерен умеренно повышенный уровень тревожности (реактивная тревожность — 46,2 балла, личностная — 48,7 балла), средний уровень осознанной саморегуляции (26,4 балла из 46) с дефицитами по шкалам «гибкость» (4,7) и «моделирование» (4,9), адаптивный в целом репертуар копинг-стратегий при недостаточном использовании положительной переоценки (9,7 балла), а также сниженная самооценка стрессоустойчивости (43,2 балла — уровень «ниже среднего»). Статистически значимых различий между ЭГ и КГ по всем диагностическим показателям не выявлено (сравнение по U-критерию Манна–Уитни, $p > 0,05$).

На контрольном этапе были получены следующие результаты. В таблице 1 представлена динамика показателей тревожности в экспериментальной и контрольной группах.

Таблица 1. Динамика показателей тревожности в ЭГ и КГ ($M \pm SD$)

Группа	Этап	Реактивная тревожность, баллы	Личностная тревожность, баллы
ЭГ ($n=30$)	До	$46,8 \pm 2,9$	$48,8 \pm 2,8$
	После	$38,6 \pm 2,4$	$39,9 \pm 2,3$
КГ ($n=30$)	До	$47,2 \pm 2,5$	$49,2 \pm 2,6$
	После	$46,6 \pm 2,9$	$48,5 \pm 3,0$

В экспериментальной группе зафиксировано достоверное снижение как реактивной, так и личностной тревожности (Т-критерий Вилкоксона: для РТ $T = 0$, $p < 0,001$; для ЛТ $T = 0$, $p < 0,001$). В контрольной группе изменения оказались

статистически незначимыми ($p > 0,05$). Межгрупповые различия на контрольном этапе высокосignимы (U-критерий Манна–Уитни: для РТ $U = 142,5$, $p < 0,0001$; для ЛТ $U = 135,0$, $p < 0,0001$).

В таблице 2 представлена динамика показателей осознанной саморегуляции.

Таблица 2. Динамика показателей саморегуляции в ЭГ и КГ ($M \pm SD$)

Шкала ССП-98	ЭГ (n=30) до	ЭГ (n=30) после	КГ (n=30) до	КГ (n=30) после
Планирование	$5,8 \pm 0,8$	$6,9 \pm 0,7$	$5,7 \pm 0,9$	$5,8 \pm 0,8$
Моделирование	$4,9 \pm 0,7$	$6,8 \pm 0,6$	$4,8 \pm 0,8$	$4,9 \pm 0,7$
Программирование	$5,5 \pm 0,6$	$6,4 \pm 0,6$	$5,4 \pm 0,7$	$5,5 \pm 0,7$
Оценивание результатов	$5,6 \pm 0,6$	$6,6 \pm 0,6$	$5,5 \pm 0,7$	$5,6 \pm 0,6$
Гибкость	$4,7 \pm 0,7$	$6,5 \pm 0,7$	$4,6 \pm 0,8$	$4,7 \pm 0,7$
Самостоятельность	$5,4 \pm 0,5$	$6,2 \pm 0,5$	$5,3 \pm 0,6$	$5,4 \pm 0,6$
Общий уровень	$26,4 \pm 3,2$	$35,1 \pm 3,1$	$26,1 \pm 3,4$	$26,5 \pm 3,3$

В экспериментальной группе произошло достоверное повышение общего уровня осознанной саморегуляции ($T = 0$, $p < 0,001$), наиболее выраженное по шкалам «гибкость» ($T = 0$, $p < 0,001$) и «моделирование» ($T = 0$, $p < 0,001$). В контрольной группе значимой динамики не обнаружено (для общего уровня $T = 210,5$, $p = 0,41$). Межгрупповые различия на контрольном этапе статистически значимы по общему уровню саморегуляции ($U = 120,5$, $p < 0,0001$) и шкалам «гибкость» ($U = 135,0$, $p < 0,0001$) и «моделирование» ($U = 140,0$, $p < 0,0001$).

В таблице 3 представлены изменения в репертуаре копинг-стратегий.

Таблица 3. Динамика показателей копинг-стратегий (WCQ) в ЭГ и КГ ($M \pm SD$)

Шкала WCQ	ЭГ (n=30) до	ЭГ (n=30) после	КГ (n=30) до	КГ (n=30) после
Планирование решения проблемы	$12,9 \pm 1,0$	$15,1 \pm 1,0$	$12,8 \pm 1,1$	$12,9 \pm 1,0$
Положительная переоценка	$9,8 \pm 0,9$	$13,7 \pm 0,8$	$9,7 \pm 1,0$	$9,8 \pm 0,9$
Самоконтроль	$12,0 \pm 0,9$	$14,0 \pm 0,8$	$12,1 \pm 1,0$	$12,0 \pm 0,9$
Поиск социальной поддержки	$11,7 \pm 0,9$	$13,0 \pm 0,7$	$11,6 \pm 1,0$	$11,7 \pm 0,9$
Принятие ответственности	$10,4 \pm 0,8$	$8,4 \pm 0,8$	$10,5 \pm 0,9$	$10,4 \pm 0,8$
Бегство-избегание	$8,3 \pm 0,8$	$6,4 \pm 0,7$	$8,4 \pm 0,9$	$8,3 \pm 0,8$

В экспериментальной группе зафиксировано достоверное увеличение использования адаптивных копинг-стратегий: «планирование решения проблемы» ($T = 0$, $p < 0,001$), «положительная переоценка» ($T = 0$, $p < 0,001$), «самоконтроль» ($T = 15,5$, $p = 0,002$), «поиск социальной поддержки» ($T = 20,0$, $p = 0,003$). Одновременно отмечено снижение показателей по шкалам «бегство-избегание» ($T = 0$, $p < 0,001$) и «принятие ответственности» ($T = 0$, $p < 0,001$). В контрольной группе значимых изменений не произошло ($p > 0,05$).

В таблице 4 представлена динамика самооценки стрессоустойчивости.

Таблица 4. Динамика самооценки стрессоустойчивости в ЭГ и КГ ($M \pm SD$)

Группа	Этап	Суммарный балл
ЭГ (n=30)	До	$42,8 \pm 2,6$
	После	$33,7 \pm 2,7$
КГ (n=30)	До	$43,0 \pm 2,4$
	После	$42,5 \pm 2,6$

В экспериментальной группе произошло достоверное снижение суммарного балла (T-критерий Вилкоксона: $T = 0$, $p < 0,001$), что указывает на повышение субъективной оценки своей стрессоустойчивости. В контрольной группе динамика отсутствовала ($T = 198,5$, $p = 0,34$). Межгрупповые различия на контрольном этапе статистически значимы ($U = 115,0$, $p < 0,0001$).

Корреляционный анализ на констатирующем этапе выявил значимые взаимосвязи ($p < 0,01$): личностная тревожность отрицательно коррелирует с общим уровнем саморегуляции ($r = -0,52$) и адаптивными копинг-стратегиями (r от

-0,35 до -0,38) и положительно — с избеганием ($r = +0,42$) и низкой самооценкой стрессоустойчивости ($r = +0,49$). Полученные данные полностью соответствуют теоретической модели.

Обсуждение

Полученные результаты подтверждают гипотезу исследования: интеграция методов психологической саморегуляции в структуру уроков физической культуры способствует повышению стрессоустойчивости старших подростков. Участники экспериментальной группы продемонстрировали значимое снижение уровня тревожности, повышение осознанной саморегуляции (особенно гибкости и моделирования), обогащение репертуара адаптивных копинг-стратегий и рост самооценки стрессоустойчивости по сравнению с контрольной группой.

Важно отметить, что положительные изменения достигнуты в сжатые сроки (3 недели, 8 уроков), что подтверждает высокий потенциал даже краткосрочных интервенций при условии их систематичности и психологической обоснованности. Полученные результаты согласуются с выводами К. Н. Пружинина с соавт. (2026) об эффективности интеграции психотехник в занятия физической культурой [14, с. 45], а также с исследованиями А. В. Кима (2024) и И. В. Беринской с соавт. (2024) [8; 4].

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанная программа может быть использована учителями физической культуры, педагогами-психологами и классными руководителями в общеобразовательных школах. Предложенные упражнения и техники (дыхательные паузы, рефлексивные минутки, элементы высокоинтенсивных интервальных тренировок, аутогенная тренировка) легко тиражируются, не требуют дополнительного оборудования или финансирования и могут быть органично встроены в любой существующий урок физической культуры без снижения его моторной плотности.

Заключение

Разработанная и апробированная программа повышения стрессоустойчивости, интегрирующая физические упражнения и методы психологической саморегуляции в структуру уроков физической культуры, доказала свою эффективность. Полученные данные свидетельствуют о достоверном положительном влиянии программы на показатели стрессоустойчивости у старших подростков экспериментальной группы. Результаты исследования могут быть рекомендованы для внедрения в практику общеобразовательных школ.

Литература:

1. Авдулова Т. П. Психология подросткового возраста: учебник и практикум для вузов / Т. П. Авдулова. — Москва: Юрайт, 2026. — 394 с. — ISBN 978-5-9916-9438-4. — Текст: непосредственный.
2. Алексеева П. С., Афанасьева С. М. Особенности стратегий регуляции эмоций у старшеклассников с различным профилем латеральной организации мозга / П. С. Алексеева, С. М. Афанасьева // Вестник Северо-восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. Серия: Педагогика. Психология. Философия. — 2020. — № 4(20). — С. 91–99. — Текст: непосредственный.
3. Антуфьев Д. А. Профилактика стресса, снятие агрессии и тревожности у обучающихся средствами физической культуры / Д. А. Антуфьев // Физическая культура в школе. — 2023. — № 8. — С. 16–26. — Текст: непосредственный.
4. Беринская И. В., Московских А. Е. Психолого-педагогические условия развития стрессоустойчивости у старших подростков, включенных в спортивную деятельность / И. В. Беринская, А. Е. Московских // Актуальные вопросы науки и образования: теория и практика: материалы Международной научно-практической конференции. — Иркутск: Иркутский государственный университет, 2024. — С. 564–570. — Текст: непосредственный.
5. Верещагина М. В., Хасханова М. Т., Юрченко Т. А. Исследование стрессоустойчивости старшеклассников / М. В. Верещагина, М. Т. Хасханова, Т. А. Юрченко // Общество: социология, психология, педагогика. — 2024. — № 1(117). — С. 90–97. — DOI 10.24158/spp.2024.1.9. — Текст: непосредственный.
6. Данилова М. В. Роль стрессоустойчивости, жизнестойкости и социальной поддержки в восприятии стресса и копинг-поведении юношей и девушек старшего подросткового возраста / М. В. Данилова // Сибирский психологический журнал. — 2024. — № 94. — С. 119–138. — DOI 10.17223/17267080/94/7. — Текст: непосредственный.
7. Журова И. А. Влияние физической культуры на стресс обучающихся / И. А. Журова // Актуальные вопросы образования. — 2023. — № 3. — С. 37–41. — Текст: непосредственный.
8. Ким А. В. Формирование стрессоустойчивости через физическую культуру / А. В. Ким // Сборник научных трудов по результатам IV Всероссийской научно-практической конференции. — Москва: РГУ им. А. Н. Косыгина, 2024. — С. 147–150. — Текст: непосредственный.

9. Лазарус Р. С., Фолкман С. Stress, appraisal, and coping / R. S. Lazarus, S. Folkman. — New York: Springer Publishing Company, 1984. — 456 p. — ISBN 978-0826141910. — Текст: непосредственный.
10. Ларионова С. С. Исследование особенностей проактивного копинга старшеклассников с разным уровнем стрессоустойчивости / С. С. Ларионова // Актуальные проблемы современной науки: теория и практика. — Нефтекамск: Научно-издательский центр «Мир науки», 2020. — С. 824–831. — Текст: непосредственный.
11. Мадоян М. А., Мадоян С. М. Психология стресса и стрессоустойчивого поведения: учебное пособие / М. А. Мадоян, С. М. Мадоян. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 138 с. — ISBN 978-5-16-111866-5. — Текст: непосредственный.
12. Моросанова В. И., Кондратюк Н. Г. Осознанная саморегуляция профессиональных планов в старшем подростковом возрасте / В. И. Моросанова, Н. Г. Кондратюк // Инновационные процессы в высшем и среднем профессиональном образовании. — Москва, 2023. — С. 382–393. — Текст: непосредственный.
13. Носенко Н. П., Матвеева И. С. Особенности взаимосвязи эмоционального интеллекта, тревожности и стрессоустойчивости у старшеклассников на разных этапах обучения / Н. П. Носенко, И. С. Матвеева // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. — 2019. — № 12(178). — С. 407–414. — DOI 10.34835/issn.2308-1961.2019.12.407-414. — Текст: непосредственный.
14. Пружинин К. Н., Пружинина М. В., Колесов В. И., Курамшин Ю. Ф. Формирование стрессоустойчивости у учащихся старших классов средствами физической культуры и спорта / К. Н. Пружинин, М. В. Пружинина, В. И. Колесов, Ю. Ф. Курамшин // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. — 2026. — № 1(251). — С. 42–48. — DOI 10.5930/1994-4683-2026-1-42-48. — Текст: непосредственный.
15. Психология физической культуры и спорта: учебник и практикум для вузов / А. Е. Ловягина, Н. Л. Ильина, С. В. Медников, Е. Е. Хвацкая; под редакцией А. Е. Ловягиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2026. — 609 с. — ISBN 978-5-534-17746-6. — Текст: непосредственный.
16. Рожков С. В., Аношкина О. Б. Спорт как школа характера: становление и развитие волевых качеств, стрессоустойчивости и дисциплины через физическую культуру / С. В. Рожков, О. Б. Аношкина // Глобальный научный потенциал. — 2026. — № 1(178). — С. 149–152. — Текст: непосредственный.
17. Толстых Н. Н., Прихожан А. М. Психология подросткового возраста: учебник и практикум для вузов / Н. Н. Толстых, А. М. Прихожан. — Москва: Юрайт, 2025. — 446 с. — ISBN 978-5-534-20205-2. — Текст: непосредственный.
18. Фетискин Н. П. Психология воспитания стрессоволадающего поведения / Н. П. Фетискин. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2025. — 240 с. — ISBN 978-5-00091-816-6. — Текст: непосредственный.
19. Хухлаева О. В., Зыков Е. В., Базаева Г. В. Психология развития и возрастная психология: учебник для вузов / О. В. Хухлаева, Е. В. Зыков, Г. В. Базаева; под редакцией О. В. Хухлаевой. — Москва: Юрайт, 2026. — 299 с. — ISBN 978-5-534-21624-0. — Текст: непосредственный.
20. Юшина У. А. Учебная успешность старшеклассников с разным уровнем стрессоустойчивости / У. А. Юшина // XVII Неделя науки молодежи СБАО: сборник статей по итогам работы научных конференций и круглых столов. — Москва: Стратегема-Т, 2022. — С. 251–255. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53729445> (дата обращения: 08.04.2026). — Текст: электронный.

Психолого-педагогические условия поддержки самостоятельности у старших дошкольников

Голованова Светлана Валерьевна, педагог-психолог
ГБОУ г. Москвы «Школа «Покровский квартал»

В статье автор определяет влияние специально организованной работы с родителями на самостоятельность старших дошкольников.

Ключевые слова: самостоятельность, старшие дошкольники, специально организованная работа, консультации.

Актуальность исследования

Формирование самостоятельности представляет собой один из важнейших образовательных результатов в процессе развития ребёнка периода дошкольного возраста. Воспитание самостоятельности может быть достигнуто только

через эффективное сотрудничество, согласованность действий дошкольной образовательной организации и семьи [1].

Исследования отечественных психологов (Выготский Л. С., Короткова Н. А., Леонтьев А. Н., Нежнов П. Г., Эльконин Д. Б. и др.) — показали, что социальная ситуация развития и совместная деятельность имеют прин-

ципиальное значение в процессе становления качеств личности ребёнка, в том числе и самостоятельности, определили педагогические условия, необходимые для поддержания детской инициативы и самостоятельности в условиях дошкольной образовательной организации [2]. Анализ литературы показал, что самостоятельность старших дошкольников рассматривается как интегративное качество личности, которое проявляется в стремлении и способности ребёнка инициировать деятельность, выбирать задачи и способы их решения, находить пути преодоления трудностей, а также анализировать итоги своих действий без прямого руководства со стороны взрослого [3].

Несмотря на то, что существует большое количество исследований, направленных на изучение взаимодействия педагога с детьми в контексте проблемы формирования и развития самостоятельности дошкольников, подобные исследования в контексте взаимодействия с родителями, практически отсутствуют. Имеющиеся данные не позволяют сформировать достаточную методическую базу для выстраивания продуктивного партнёрства между семьёй и ДОО по данному направлению.

Задачи исследования:

Определение особенностей работы с родителями, как условия развития самостоятельности старших дошкольников.

Разработка программы эмпирического исследования, направленного на изучение психолого-педагогических условий, способствующих развитию детской самостоятельности.

Определение влияния специально организованной работы с родителями на самостоятельность старших дошкольников.

Выборка исследования: 50 старших дошкольников 6–7 лет (25 дошкольников — из экспериментальной группы, 25 дошкольников — из контрольной).

База исследования: ГБОУ Школа № 1362, дошкольный корпус № 5.

Методики исследования:

– Модифицированная Карта проявлений самостоятельности (А. М. Щетинина).

– Авторский опросник для родителей.

Полученные результаты позволяют сформулировать следующие выводы:

Дошкольники из экспериментальной группы значительно чаще действуют самостоятельно и значительно реже проявляют признаки несамостоятельного поведения.

Литература:

1. Болотникова О. П. Психолого-педагогические условия формирования самостоятельности у детей 6–7 лет / О. П. Болотникова, О. А. Еник, А. А. Ошкина // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 4. — С. 22.
2. Дуброва В. П. Воспитание самостоятельности у дошкольника в семье / В. П. Дуброва. — М.: «Просвещение», 2008. — 253 с.
3. Люблинская А. А. Воспитание самостоятельности у детей // Дошкольное воспитание. — 1962. — № 2. — С. 41.

У дошкольников из контрольной группы самостоятельность проявляется лишь в отдельных случаях, не являясь устойчивой привычкой (анализ ответов родителей из контрольной группы показал, что в данной группе чаще всего встречаются ответы «иногда»), данное обстоятельство отражает эпизодический характер проявления самостоятельности при отсутствии устойчивой поведенческой привычки.

В экспериментальной группе преобладают ответы «часто», что может говорить о формировании устойчивых навыков самостоятельного поведения, а также заметно снижен процентов ответов «никогда» относительно контрольной группы.

Проведение консультационной практико-ориентированной работы с родителями, активное взаимодействие с ними содействовало осознанному стимулированию проявлений самостоятельности у старших дошкольников, а также созданию оптимальных, благоприятных условий для реализации инициативных действий.

Данные, полученные в результате проведённого опроса родителей, позволяют оценить проявления самостоятельности детей в домашних условиях. Были выявлены достоверные различия по трём аспектам самостоятельности:

– стремление действовать самостоятельно (у дошкольников из группы с консультационной поддержкой родителей заметно чаще отмечалась самостоятельная инициация выбора деятельности, а также принятие решений без прямой подсказки взрослого);

– умение доводить дело до конца (родители из группы с консультационным сопровождением отмечали повышенную целеустремлённость и настойчивость своих детей, они значительно реже бросали начатое и чаще стремились преодолевать трудности для завершения дела);

– автономность в самообслуживании (анализ данных опроса родителей показал, что дошкольники, чьи родители участвовали в консультациях, более демонстрировали большую автономность в выполнении повседневных задач, связанных с переодеванием, уборкой, помощью в сервировке стола, они реже нуждались в контроле при выполнении данных повседневных действий).

Таким образом, полученные в данном исследовании результаты свидетельствуют о высокой эффективности проведённой работы с родителями экспериментальной группы. Целенаправленное психолого-педагогическое сопровождение в формате консультаций способствовало повышению уровня самостоятельности старших дошкольников.

Особенности работы с последствиями психологического насилия в консультативной практике: теоретический анализ и интегративная модель помощи

Зими́на Оксана Ю́рьевна, студент магистратуры
Тольяттинский государственный университет (Самарская область)

Психологическое насилие является наиболее распространённой и одновременно наименее очевидной формой травматизации в партнёрских отношениях, последствия которой носят системный многоуровневый характер. Несмотря на высокую распространённость феномена, в отечественной консультативной практике отсутствуют единые алгоритмы работы с его последствиями. Цель настоящей статьи — теоретический анализ феномена психологического насилия, систематизация его последствий и обоснование интегративной модели консультативной помощи. На основе концепции сложной травмы (Херман), теории привязанности (Боулби), соматически ориентированного подхода (ван дер Колк) и экзистенциально-гуманистического направления (Ялом, Франкл) раскрывается многоуровневый характер последствий насилия. Проводится сравнительный анализ трёх направлений консультирования — гуманистически-экзистенциального, когнитивно-поведенческого и гештальт-соматического — с выявлением их ресурсов и ограничений. Предлагается трёхэтапная интегративная модель (стабилизация — проработка — реинтеграция); для каждого этапа определены задачи, методы и критерии перехода. Научная новизна состоит в определении критериев перехода между этапами и в явном разграничении соматического и когнитивного уровней на этапе проработки. Результаты могут служить ориентировочной основой для практикующих психологов, работающих с клиентами, пережившими психологическое насилие.

Ключевые слова: психологическое насилие, газлайтинг, сложная травма, комплексное ПТСР, теория привязанности, посттравматический рост, интегративная модель, психологическое консультирование.

Введение

Психологическое насилие является наиболее распространённой формой насилия в партнёрских и семейных отношениях [4]. В отличие от физического, его проявления менее очевидны, однако долгосрочные последствия для психики жертвы сопоставимы по тяжести, а нередко и превосходят их [9]. В зарубежной клинической психологии проблема исследуется с 1990-х годов: разработана концепция сложной травмы [9], описаны специфические нарушения привязанности [1], обоснована возможность посттравматического роста. Отечественные исследователи фиксируют высокую распространённость феномена и его многоуровневое воздействие на личность [4], однако вопрос об интегрированных алгоритмах консультативной работы остаётся открытым: практикующие специалисты нередко действуют интуитивно, не располагая систематизированной теоретической базой.

Цель статьи — теоретический анализ феномена психологического насилия и его последствий, обоснование интегративной методологической позиции и разработка трёхэтапной модели консультативной помощи. Задачи: 1) систематизировать виды и динамику насилия; 2) описать структуру его психологических последствий; 3) обосновать методологическую базу; 4) провести сравнительный анализ подходов и предложить этапную модель работы.

1. Феномен психологического насилия: виды и динамика

Психологическое насилие представляет собой систематическое поведение, направленное на подавление воли партнёра, его унижение и подрыв чувства собственной зна-

чимости [4]. Ключевым критерием является не отдельный инцидент, а устойчивый паттерн поведения, создающий атмосферу страха и эмоциональной зависимости. Основные тактики: вербальная агрессия (оскорбления, угрозы, уничижительная критика); доминирование и изоляция; газлайтинг — систематическое подталкивание жертвы к сомнению в адекватности собственного восприятия; игнорирование; экономическое принуждение.

Динамика описывается циклической моделью: фаза нарастания напряжения → инцидент → «медовый месяц» (извинения, обещания). Со временем примирительная фаза сокращается, что ведёт к эскалации. Длительное воздействие порождает симптоматику, характерную для посттравматического стрессового расстройства. В МКБ-11 (ВОЗ, 2019) выделено «Комплексное ПТСР» (6B41), непосредственно связанное с хроническим травматическим воздействием [9].

2. Психологические последствия насилия

Последствия длительного психологического насилия носят системный характер. Опираясь на концепцию сложной травмы Дж. Л. Херман [9], выделяем пять уровней нарушений.

Эмоциональная сфера. Хроническая тревожность, выученная беспомощность, диффузный страх. Ван дер Колк показывает, что длительный травматический стресс перестраивает нейробиологию и вегетативную регуляцию — это физиологическая реальность, а не слабость воли [2].

Когнитивная сфера и идентичность. Формируется негативная Я-концепция: центральные убеждения «Я виноват(а)», «Я недостаточно хорош(а)». Хроническая травма разрушает базовое доверие к себе и к миру [9]. Когни-

тивные искажения (катастрофизация, персонализация) становятся устойчивым фильтром восприятия.

Сфера привязанности и отношений. Формируется тревожно-амбивалентная или дезорганизованная модель привязанности: потребность в близости сочетается со страхом предательства [1]. Это существенно затрудняет выстраивание новых отношений.

Соматизация. Нарушения сна, хронические болевые синдромы, психосоматические расстройства. Тело «хранит» следы травмы в мышечном тонусе, паттернах дыхания и вегетативных реакциях [2].

Нарушение системы смыслов. Утрата смысла как следствие экзистенциального потрясения [8]. Вместе с тем концепция посттравматического роста (Р. Тедески, Л. Кэлхун) указывает на потенциал личностной трансформации после пережитой травмы.

Специфика психологического насилия в том, что орудием поражения выступают сами психологические структуры личности — самооценка, система убеждений, механизмы привязанности, — что принципиально усложняет диагностику и консультирование.

3. Теоретико-методологическая база

Многоуровневость последствий насилия обуславливает необходимость интегративной методологической позиции, включающей три уровня.

Общенаучный уровень. Системный подход (Б. Ф. Ломов, В. А. Ганзен) рассматривает последствия насилия как динамическую систему взаимосвязанных компонентов [6, 3]: изменение одного (например, когнитивной схемы) неизбежно затрагивает остальные. Это обосновывает отказ от симптоматической работы в пользу комплексного подхода. Личностно-деятельностный подход (С. Л. Рубинштейн, А. Н. Леонтьев) акцентирует восстановление субъектности клиента — способности быть автором собственной жизни — как ключевую цель консультирования [7, 5].

Уровень концепций травмы. Концепция сложной травмы Херман обосновывает фазовую логику восстановления: безопасность предшествует проработке, а проработка — реинтеграции [9]. Теория привязанности Боулби объясняет нарушения в отношениях и указывает на терапевтический потенциал безопасного контакта с консультантом [1]. Концепция посттравматического роста задаёт позитивный вектор, ориентируя не только на редукцию симптомов, но и на личностную трансформацию.

Уровень практических принципов: приоритет безопасности и стабилизации; этапность и гибкость; работа с идентичностью и ресурсами клиента; интеграция телесного опыта; постоянный мониторинг терапевтического альянса.

4. Сравнительный анализ подходов к консультированию

Гуманистически-экзистенциальное направление (К. Роджерс, В. Франкл, И. Ялом). Безусловное принятие

и эмпатия создают терапевтические отношения, принципиально отличные от опыта насилия. Для клиентов с дефицитом базового доверия именно качество отношений является главным фактором [10]. Экзистенциальная работа восстанавливает разрушенную систему смыслов [8]. Ограничение: недостаточная структурированность для проработки конкретных травматических воспоминаний.

Когнитивно-поведенческая терапия (КПТ) и её травма-фокусированные модификации (ТФ-КПТ, EMDR) обеспечивают работу с дисфункциональными убеждениями. Протоколы включают психообразование, регуляцию аффекта, когнитивную реструктуризацию и контролируемую экспозицию. Высокая степень эмпирической обоснованности [9]. Ограничение: традиционная КПТ нередко недооценивает телесный и довербальный аспект травматического опыта.

Гештальт-терапия и соматические подходы (Ф. Перлз; соматическое переживание П. Левина; сенсомоторная психотерапия П. Огден). Гештальт работает с незавершёнными ситуациями и актуальным переживанием; соматические подходы фокусируются на телесных реакциях выживания и их физиологическом завершении [2]. Объединяющее начало — признание до- и невербального измерения травмы. Ограничение: высокие требования к квалификации специалиста.

Таким образом, подходы являются взаимодополнительными, что обосновывает их интеграцию в рамках этапной модели.

5. Интегративная трёхэтапная модель консультативной работы

Предлагаемая модель опирается на фазовую структуру Херман [9] и расширяет её за счёт включения соматических техник на этапе проработки и экзистенциальной работы на этапе реинтеграции, а также вводит явные критерии перехода между фазами (табл. 1).

Модель носит нежёсткий характер: возврат на предыдущий этап при дестабилизации является нормой. Показанием для возврата на этап стабилизации служит выраженная аффективная дезорганизация при работе с травматическим материалом. Ограничения модели: она ориентирована на индивидуальное консультирование взрослых в условиях частной или клинической практики; применимость к групповой работе, острым кризисным состояниям и несовершеннолетним требует отдельного рассмотрения.

Заключение

Проведённый анализ позволяет сформулировать следующие выводы. Во-первых, психологическое насилие является самостоятельным сложным травматическим феноменом, последствия которого охватывают эмоциональную, когнитивную, соматическую сферы и систему смыслов личности. Ни один из рассмотренных терапев-

Таблица 1. Интегративная модель консультативной работы с последствиями психологического насилия

Этап	Задачи	Методы и техники	Критерии перехода
1. Стабилизация и безопасность	Установление альянса; психообразование о насилии и травме; навыки саморегуляции; восстановление чувства контроля	Эмпатическое присутствие; заземление, дыхательные техники; психообразование (цикл насилия, реакции выживания); план безопасности	Устойчивое ощущение безопасности в контакте с консультантом; базовые навыки саморегуляции сформированы
2. Проработка травмы	Когнитивная реструктуризация; интеграция травматических воспоминаний; восстановление контакта с телом; работа с границами	Техники ТФ-КПТ; нарративная экспозиция с опорой на заземление; гештальт (незавершённые ситуации); соматическое отслеживание	Воспоминания утрачивают дезорганизующую интенсивность; клиент способен наблюдать их без диссоциации
3. Реинтеграция и рост	Формирование новой идентичности; построение здоровых отношений; поиск смыслов; профилактика рецидивов виктимизации	Экзистенциальный диалог (ценности, смыслы); нарративное переосмысление истории; групповая поддержка; работа с жизненными сценариями	Устойчивый позитивный образ себя; удовлетворяющие отношения; клиент распознаёт признаки насилия

тических подходов не является универсальным: гуманистический создаёт безопасную среду, КПТ корректирует дисфункциональные схемы, гештальт- и соматические методы интегрируют телесный опыт. Их последовательное применение в рамках этапной модели является наиболее перспективным.

Во-вторых, научная новизна предложенной трёх-этапной модели состоит в двойном расширении схемы Херман: введении соматических техник как самостоятель-

ного компонента этапа проработки и операционализации критериев перехода между фазами, превращающей модель из декларативной в операциональную.

Перспективы дальнейших исследований связаны с эмпирической верификацией модели на российских клинических выборках (сравнение с контрольной группой по показателям ПТСР-симптоматики, самооценки и качества привязанности), а также с разработкой её групповой версии.

Литература:

1. Боулби Дж. Привязанность и утрата: в 3 т. Т. 1: Привязанность / пер. с англ. В. В. Старовойтова. М.: Гардарики, 2003. 477 с.
2. Ван дер Колк Б. Тело помнит всё: какую роль психологическая травма играет в жизни человека и какие техники помогают её преодолеть / пер. с англ. И. Чорного. М.: Бомбора, 2020. 464 с.
3. Ганзен В. А. Системные описания в психологии. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1984. 176 с.
4. Кудрявцева М. А., Рыльская Е. В. Психологическое насилие в семье: диагностика и последствия // Консультативная психология и психотерапия. 2020. Т. 28, № 4. С. 70–89.
5. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Смысл; Академия, 2004. 352 с.
6. Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984. 448 с.
7. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2002. 720 с.
8. Франкл В. Человек в поисках смысла: сборник / пер. с англ. и нем.; общ. ред. Л. Я. Гозмана и Д. А. Леонтьева. М.: Прогресс, 1990. 368 с.
9. Herman J. L. Trauma and Recovery: The Aftermath of Violence — From Domestic Abuse to Political Terror. 2nd ed. New York: Basic Books, 2015. 320 p.
10. Yalom I. D. Existential Psychotherapy. New York: Basic Books, 1980. 544 p.

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 24 (627) / 2026

Выпускающий редактор Г. А. Письменная
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

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». 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25, пом. 1, 3, 4, 5, 6.

Номер подписан в печать 24.06.2026. Дата выхода в свет: 1.07.2026.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

Фактический адрес редакции: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25, пом. 1, 3, 4, 5, 6.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25, пом. 1, 3, 4, 5, 6.