



АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ISSN 2713-1513

#9 (191), 2024

Часть II

Актуальные исследования

Международный научный журнал

2024 • № 9 (191)

Часть II

Издается с ноября 2019 года

Выходит еженедельно

ISSN 2713-1513

Главный редактор: Ткачев Александр Анатольевич, канд. социол. наук

Ответственный редактор: Ткачева Екатерина Петровна

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Абидова Гулмира Шухратовна, доктор технических наук, доцент (Ташкентский государственный транспортный университет)

Альборад Ахмед Абуди Хусейн, преподаватель, PhD, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

Аль-бутбахак Башшар Абуд Фадхиль, преподаватель, PhD, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

Альхаким Ахмед Кадим Абдуалкарем Мухаммед, PhD, доцент, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

Асаналиев Мелис Казыкеевич, доктор педагогических наук, профессор, академик МАНПО РФ (Кыргызский государственный технический университет)

Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, проректор по научной работе, профессор, директор НИИ биогеографии и ландшафтной экологии (Дагестанский государственный педагогический университет)

Бафоев Феруз Муртазоевич, кандидат политических наук, доцент (Бухарский инженерно-технологический институт)

Гаврилин Александр Васильевич, доктор педагогических наук, профессор, Почетный работник образования (Владимирский институт развития образования имени Л.И. Новиковой)

Галузо Василий Николаевич, кандидат юридических наук, старший научный сотрудник (Научно-исследовательский институт образования и науки)

Григорьев Михаил Федосеевич, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент (Арктический государственный агротехнологический университет)

Губайдуллина Гаян Нурахметовна, кандидат педагогических наук, доцент, член-корреспондент Международной Академии педагогического образования (Восточно-Казахстанский государственный университет им. С. Аманжолова)

Ежкова Нина Сергеевна, доктор педагогических наук, профессор кафедры психологии и педагогики (Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого)

Жилина Наталья Юрьевна, кандидат юридических наук, доцент (Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

Ильина Екатерина Александровна, кандидат архитектуры, доцент (Государственный университет по землеустройству)

Каландаров Азиз Абдурахманович, PhD по физико-математическим наукам, доцент, декан факультета информационных технологий (Гулистанский государственный университет)

Карпович Виктор Францевич, кандидат экономических наук, доцент (Белорусский национальный технический университет)

Кожевников Олег Альбертович, кандидат юридических наук, доцент, Почетный адвокат России (Уральский государственный юридический университет)

Колесников Александр Сергеевич, кандидат технических наук, доцент (Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова)

Копалкина Евгения Геннадьевна, кандидат философских наук, доцент (Иркутский национальный исследовательский технический университет)

Красовский Андрей Николаевич, доктор физико-математических наук, профессор, член-корреспондент РАЕН и АИН (Уральский технический институт связи и информатики)

Кузнецов Игорь Анатольевич, кандидат медицинских наук, доцент, академик международной академии фундаментального образования (МАФО), доктор медицинских наук РАГПН,

профессор, почетный доктор наук РАЕ, член-корр. Российской академии медико-технических наук (РАМТН) (Астраханский государственный технический университет)

Литвинова Жанна Борисовна, кандидат педагогических наук (Кубанский государственный университет)

Мамедова Наталья Александровна, кандидат экономических наук, доцент (Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова)

Мукий Юлия Викторовна, кандидат биологических наук, доцент (Санкт-Петербургская академия ветеринарной медицины)

Никова Марина Александровна, кандидат социологических наук, доцент (Московский государственный областной университет (МГОУ))

Насакаева Бакыт Ермекбайкызы, кандидат экономических наук, доцент, член экспертного Совета МОН РК (Карагандинский государственный технический университет)

Олешкевич Кирилл Игоревич, кандидат педагогических наук, доцент (Московский государственный институт культуры)

Попов Дмитрий Владимирович, доктор филологических наук (DSc), доцент (Андижанский государственный институт иностранных языков)

Пятаева Ольга Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент (Российская государственная академия интеллектуальной собственности)

Редкоус Владимир Михайлович, доктор юридических наук, профессор (Институт государства и права РАН)

Самович Александр Леонидович, доктор исторических наук, доцент (ОО «Белорусское общество архивистов»)

Сидикова Тахира Далиевна, PhD, доцент (Ташкентский государственный транспортный университет)

Таджибоев Шарифджон Гайбуллоевич, кандидат филологических наук, доцент (Худжандский государственный университет им. академика Бободжона Гафурова)

Тихомирова Евгения Ивановна, доктор педагогических наук, профессор, Почётный работник ВПО РФ, академик МААН, академик РАЕ (Самарский государственный социально-педагогический университет)

Хайтова Олмахон Саидовна, кандидат исторических наук, доцент, Почетный академик Академии наук «Турон» (Навоийский государственный горный институт)

Цуриков Александр Николаевич, кандидат технических наук, доцент (Ростовский государственный университет путей сообщения (РГУПС))

Чернышев Виктор Петрович, кандидат педагогических наук, профессор, Заслуженный тренер РФ (Тихоокеанский государственный университет)

Шаповал Жанна Александровна, кандидат социологических наук, доцент (Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

Шошин Сергей Владимирович, кандидат юридических наук, доцент (Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского)

Эшонкулова Нуржахон Абдужабборовна, PhD по философским наукам, доцент (Навоийский государственный горный институт)

Яхшиева Зухра Зиятовна, доктор химических наук, доцент (Джиззакский государственный педагогический институт)

СОДЕРЖАНИЕ

ФИЛОЛОГИЯ, ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ, ЖУРНАЛИСТИКА

Zingan Iu.P. SEARCH READING AS ONE OF THE MECHANISMS FOR INCREASING THE SPEED OF TEXT COMPREHENSION	6
Алимова Н.Д. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛЕКСИКИ ПРОФЕССИЙ И РЕМЕСЕЛ В «ГУЛАМАНЕ» С. АЙНИ...	9
Беканова А.С. ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКИХ И РУССКИХ ПОСЛОВИЦ И ОТРАЖЕНИЕ В НИХ РАЗНИЦЫ МИРОВОСПРИЯТИЯ ДВУХ НАРОДОВ.....	12
Беканова А.С. ПОСЛОВИЦЫ И ПОГОВОРКИ КАК ОТРАЖЕНИЕ НЕМЕЦКОГО МЕНТАЛИТЕТА.....	16
Дзасежева З.А. ОСНОВНЫЕ КЛАССЫ ЭТНОСПЕЦИФИЧЕСКИХ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)	20
Дзасежева З.А. ПРОБЛЕМА ЭТНОСПЕЦИФИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕОРИЯХ	24
Пачева А.А. ВИДЫ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ.....	28
Пачева А.А. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)	31
Федорова М.Е. СТРАТЕГИЯ ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ИНДЕКСА ЦИТИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ РОССИИ В СИСТЕМЕ МОНИТОРИНГА	34
Шодиева Н.А. МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕКОТОРЫХ СЛОЖНЫХ СЛОВ В «ГУЛАМАНЕ» С. АЙНИ	38

СОЦИОЛОГИЯ

Пискарева Д.Э. РАЗВИТИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ В ПЕРИОД И ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19.....	41
---	----

КУЛЬТУРОЛОГИЯ, ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ, ДИЗАЙН

Вилкова П.В. ДИФРАКЦИЯ В ФОТОГРАФИИ	47
Вилкова П.В. ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИИ	53
Вилкова П.В. ПРАВИЛО ЗОЛОТОГО СЕЧЕНИЯ В ФОТОГРАФИИ.....	59
Лаврова А.Г. ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ И ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТРЕНДОВ В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ ФОТОГРАФИИ.....	63
Морозова Е.А., Фурсов В.И. РАЗВИТИЕ ПРОБИРНОГО НАДЗОРА В КЛЕЙМЕНИИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В РОССИИ.....	70
Ухань М.Ю. ПРИМЕНЕНИЕ МНОГОСЛОЙНЫХ ПОКРЫТИЙ В ЗАЩИТНО-ДЕКОРАТИВНОМ ЗОЛОЧЕНИИ.....	74

ПОЛИТОЛОГИЯ

Губушкин П.А. ЦЕНТРАЛЬНОАЗИАТСКИЙ ВЕКТОР ПАРАДИПЛОМАТИИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН	78
Соловьев Д.А. МЕСТО ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ ВО ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ КНР	83

ФИЛОЛОГИЯ, ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ, ЖУРНАЛИСТИКА

ZINGAN Iulia Petrovna

Senior Lecturer of English Philology Department,
Pridnestrovian State University, Moldova, Tiraspol

SEARCH READING AS ONE OF THE MECHANISMS FOR INCREASING THE SPEED OF TEXT COMPREHENSION

Abstract. *This article discusses this type of reading as search, and also describes various approaches to teaching it. Sample tasks are given for mastering reading of this type and developing search reading skills for students with different levels of preparedness.*

Keywords: *reading, comprehension, purpose of reading, types of reading.*

Reading is one of the main types of speech activity. With the help of reading, students' active and passive vocabulary is enriched, and grammatical skills are formed. At the present stage of human development, reading, according to S.K. Folomkina, is one of the most important means of obtaining information. Learning to read in a foreign language means not only creating the prerequisites for expanding the implementation of general education, but also enabling each specialist to receive new information in a timely manner, which in modern science and technology is a condition for successful professional activity [4, p. 20].

There are several classifications of types of reading, and they are very controversial. For example, G.V. Rogova distinguishes three types of reading: studying, introductory and viewing. Professor E.I. Passov believes that these are just different purposes for using reading. There is also an opinion that one should not distinguish too many types of informative reading and it is enough to distinguish between studying and searching reading [3, p. 177].

Improving reading in a foreign language involves mastering types of reading with varying degrees of completeness and accuracy of understanding: scanning, searching, introductory and studying. In this article we will rely on the classification of S.K. Folomkina. Since browsing and searching coincide in many characteristics, in

teaching practice they are usually taken as one type, called search-browsing.

These types of readings are aimed at obtaining different results. In addition to the degree of completeness of understanding, to assess the effectiveness of a particular type of reading in work practice, an indicator of its speed is also used. Accordingly, the final requirements, reflecting the minimum level of maturity, for these types of reading can be formulated as follows. First, let's consider introductory reading: the degree of completeness of understanding is at least 70% of the facts contained in the text, including all the main ones. Understanding of basic information must be accurate, secondary information must be undistorted. Speed for English is 180-190 words per minute. The degree of automaticity of students' technical skills is usually determined by this type of reading.

This is followed by exploratory reading, which involves a complete and accurate understanding of the content of the text. Study reading: the degree of completeness of understanding is 100%, and accurate understanding of all information is expected. Speed is considered an optional indicator, however, it should not be lower than 50-60 words per minute.

The next type of reading is viewing reading. This type of reading requires the reader to have a fairly significant amount of language material, so

at school they teach only certain methods of skimming reading, which ensure the determination of the topic of the text. The time allotted for viewing is determined at the rate of 1–1.5 pages per minute.

The last type of reading is exploratory reading, which is aimed at extracting specific information. Its goal is to quickly find well-defined data (facts, characteristics, digital indicators, instructions) in a text or in an array of texts. It usually takes place during the initial acquaintance with the content of a new text in order to determine whether it contains information that interests the reader, and on this basis make a decision whether to read it or not. It can also end with the presentation of the results of what has been read in the form of a message or abstract.

As a rule, the following requirements are imposed on search reading: precise formulation of the search task; quickly search for the necessary information; guaranteed finding of information from the text or guaranteed statement of its absence in the text.

It is very important and even necessary to select texts that correspond to the age characteristics and interests of students, thereby contributing to a better enrichment of their knowledge.

To teach exploratory reading, it is necessary to select a number of thematically related text materials and create search and viewing situations. Educational tasks should be aimed at developing skills and abilities to navigate the structure of the text, the ability to extract and use text material in accordance with a specific communicative task.

R. K. Minyar-Belaruhev offers two reading modes: without a time limit, and with a time limit at a no more advanced stage, when the teacher sets in advance the deadline for which all students must read the text (this deadline must be realistic for a weak student). The second mode has a greater educational effect, as it promotes the development of silent reading techniques, in which students They poke large sections of text with their eyes [2, p. 34].

The tasks for texts during such reading are small and have control functions. It is recommended that tasks be offered first to less prepared students, whose statements are supplemented and expanded by more prepared students, which contributes to a better grasp of the meaning by less prepared students. Tasks, especially at the initial stage of mastering this type of reading, may

consist of selecting the correct statement in accordance with the content of the text.

Most researchers distinguish 3 stages of working with text: pre-text, text, and post-text. Exercises for teaching exploratory reading at each stage may look like this:

The pre-text stage (familiarization exercises) may include tasks such as:

- translate the following sentences from the text.
- choose the sentences containing any grammatical unit,
- give the synonyms and antonyms,
- put the words in the sentences in correct order.

The text stage (exercises on general text comprehension) may look like this:

- answer the questions to the text,
- select a paragraph which have suggestions about smth,
- read the first sentence (or paragraph) to try to guess what the text is about,
- look through the text and say to whom it will be interesting,
- pint out the sentences from the text which containing the following information.

Post-text stage (exercises that control the ability to find specific information in the text(s):

- retell text the following phrases,
- match the paragraphs of the text in correct order,
- fill the gaps with the appropriate words and expressions.

When the required information is found, the purpose of search reading is achieved; reading should be stopped or moved on to other types of reading (introductory, studying) [1, p.137].

Ultimately, students develop creativity, develop semantic insight, and increase motivation for learning and the cognitive process.

Drawing conclusions, we can say that in the study of foreign languages, exploratory reading develops students' logic and thinking, with this type of reading, a literal translation of the text is not required; students can easily do without dictionaries. Practice shows that working with exploratory reading leads to the enrichment of students' vocabulary and enhances the process of mastering a foreign language by connecting additional motivation.

Литература

1. Маслыко Е.А. Бабинская П.К. Настольная книга преподавателя иностранного языка. – Минск: Высшая школа, 2004, 522с.
2. Миньяр – Белоручев Р.К., Методика обучения иностранным языкам. – Казань, 2016г., 189с.
3. Пассов Е.В., Урок иностранного языка, М.: Феникс, 2010г., 321с.
4. Фоломкина С.К., Обучение чтению на иностранном языке в неязыковом вузе, М.: 2005, 207с.

АЛИМОВА Наргис Давроновна

учитель таджикского языка и литературы,

Средняя общеобразовательная школа с углубленным изучением отдельных предметов
в г. Худжанд имени А.П. Чехова, Республика Таджикистан, г. Худжанд

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛЕКСИКИ ПРОФЕССИЙ И РЕМЕСЕЛ В «ГУЛАМАНЕ» С. АЙНИ

Аннотация. В статье рассматривается использование лексики профессий и ремесел в «Гуламане» С. Айни. Отмечается, что различные профессии и ремесла издревле занимали важное место и статус в жизни человека. В общественной жизни таджикского народа различные промыслы и ремесла, такие как кузнечное, столярное дело, ткачество, портняжное дело, ювелирное дело, гончарное дело, живопись, рисование, были распространены с древнейших времен и сыграли решающую роль в развитии человеческой культуры и цивилизации. Таким образом, многие виды профессий и занятий людей стали причиной возникновения особой лексики – профессиональной.

Ключевые слова: различные профессии и ремесла, словари профессий и ремесел, «Гуламан» С. Айни, художественно-исторический роман.

Муқаддима

Касбу кор ва ҳунарҳои гуногун дар ҳаёти башар аз қадимулайём мартаба ва мақоми муҳим дорад. Дар ҳаёти иҷтимоии мардуми тоҷик касбу ҳунарҳои гуногун чун - оҳангарӣ, дуредгарӣ, бофандагӣ, дӯзандагӣ, заргарӣ, кулолгарӣ, наққошӣ, рассомӣ - аз замони қадим роиҷ буд ва дар рушди фарҳангу тамаддуни башар нақши ҳалқунанда бозидааст. Ба ин минвол намудҳои зиёди касбу ҳунар, пеша ва машғулияти одамон барои пайдо шудани қабати махсуси луғавӣ - лексикаи касбу кор сабаб шудааст. Ин гурӯҳи калимаҳо, ки доимо дар истеъмол буданд, дар адабиёти илмию бадеӣ инъикос ёфтаанд. Забони адабии тоҷик яке аз забонҳои маъмули дунё буда, таърихи хеле бой дорад ва роҳи печ дар печу дурударозро тай намудааст [5, с.150].

Нутқи мо аз калимаҳо иборат аст. Забон гуфта мо, пеш аз ҳама, калимаҳоро дар назар дорем, ки ба воситаи он одамон мубодилаи фикр мекунанд. Аз қадим калима бо хусусиятҳои худ диққати аҳли ҷамъият, пеш аз ҳама, олимони ба худ ҷалб менамояд. Ба ақидаи забоншинос С. Ҳалимова “Омӯзиш ва баррасии осори манзум, таҳлили ҳамаҷонибаи ҷузъҳои он аз нигоҳи забоншиносӣ, нишон додани ғановати забони классикони кори бисёр муҳим аст. Тадқиқи осори классикӣ дар муайян намудани воситаҳои лексикӣ ва грамматикӣ забони адабӣ, равшан кардани тараққиёти он нақши муҳим мебозад” [3, с.80].

Ҳамаи калимаҳои забони тоҷикӣ, қатъи назар аз доираи истеъмоли онҳо, лексикаи забони миллии тоҷикро ташкил медиҳанд. Вале калимаҳо аз ҷиҳати доираи истеъмол аз ҳамдигар тафовут доранд ва онҳо ба гурӯҳҳои махсус гурӯҳбандӣ шуда, бо хусусиятҳои истеъмолиашон фарқ мекунанд.

Ҳар як касбу ҳунар, ки хусусияти фаъолияти меҳнати одамонро муайян мекунанд, ба лексикаи хос соҳиб аст. Лексикаи касбу ҳунар бештар дар доираи ҳуди ҳамон касбу ҳунар аз тарафи соҳибони забон истеъмол мешавад. Воҳидҳои луғавии лексикаи касбу ҳунар мафҳумҳои хоси ҳамин соҳа – номи асбобҳои касбу кор, маҳсул ва равандҳои истеҳсоли онро ифода менамоянд. Аз ин ҷост, ки доираи истеъмоли лексикаи касбу ҳунар низ мисли диалектизмҳо маҳдуд аст.

Забоншиноси рус дар «Лексикологияи забони ҳозираи рус» чунин калимаҳоро термин не, балки «профессионализмҳо» меномад. Вай дар ин бора чунин мегӯяд: «Профессионализмҳо – калимаҳои нутқи аҳли ягон касбу ҳунаранд, ки дар фаъолияти истеҳсоли бо ҳам муттаҳид шудаанд» [4, с.65].

Устод Айни низ ба калимаҳои ифодакунандаи касбу ҳунар диққати махсус додаанд. Дар “Ғуломон” С. Айни барои меҳнатдӯст будани қаҳрамононашро таҷассум намудан ин вожаҳоро бештар истифода намудааст ва он кас тавассути вожаи *аробакаиш* на танҳо меҳнатдӯст будани қаҳрамони худро ба мо нишон додаст,

балки зиндагии мардуми деҳотро таҷассум намудааст: Ман бо шунидани ин воқеа дарҳол навҷаи худро гирифта аз саисхонаи тӯра қаҳр карда, баромада ба бобохона рафтам. Ҳамон рӯз ҳамаи саисҳо ва *аробакашҳои* дарбори тӯра қаҳр карда баромада, ба бобохона омаданд [1, с.192].

Дар асари устод Айни вожаи *аробакаш аз ду чузъ* исми *ароба* ва феъли фармоишии *каш* сохта шудааст. С. Айни ба хубӣ эҳсос мекард, ки тамоми беҳбудии рӯзгори мардум маҳз бо соҳибкасбу соҳибхунар будан вобастагии зич дорад. Аз ин рӯ, маҳз вожаҳоеро, ки навъҳои гуногуни касбу корро ифода менамоянд, васеъ истифода бурдааст.

Шоистаи зикр аст, ки мо вожаи **қассобро** (12 маротиба) дар ҳаёти ҳаррӯзаамон хеле зиёд мавриди истифода қарор медиҳем. Дар гузашта ҳам ин касб дар байни тоҷикон хеле маъмул буд. Сайидои Насафӣ дар «Шаҳрошӯб»-и худ низ ин вожаро мавриди истифода қарор додааст:

Дилбари **қассоби** ман омад, дуккони худ кушод,

Дунбаро аз пушти худ бигрифтӣ пеши ман ниҳод (Сайидо).

С. Айни тавонистааст бо ин ҷумлаи худ аз нотарсию ҷасурии **қассобон** хонандаро огоҳ намояд: Ба ягон *қассоб* фурӯхтан даркор аст, ки ҳам пулашро мегири ва ҳам аз назарат дуртар нобуд мешавад [1, с.378].

Калимаи *оҳангар* дар фарҳанги тафсирии забони тоҷикӣ чунин шарҳ дода шудааст: хунарманде, ки аз оҳан афзорҳои гуногун (ҳамчун теша, дос ва ғ.) месозад [6, ҷ.1, с.248].

Дар романи таърихии «Ғуломон» ин вожа дар чандин ҷумлаҳо воমেҳӯрад: Мо барои фаҳмидани ин ки ин асбобро кӣ созондааст, вайро ба оҳангарон нишон додем. Саттор оҳангар гуфт: - Ин асбобро аз ман Нӯмонзода „оташков мекунам“ гуфта созонда гирифта буд... [1, с.486], Ман инҳоро аз *сарбозҳои* пештара ва аз *шикорчиён* харида гирифта медиҳам [1, с.270].

Бояд гуфт, ки устод Айни вожаи сохтаи ифодагари касбу хунар *посбонро* 46 маротиба мавриди истифода қарор додаанд: Аспҳоро ба дарахтҳои дар пушти деҳа буда бастанд ва як ҷавонро ба болои онҳо *посбон* гузоштан. Се нафари дигарашон ба деҳа даромада рафтан гирифтанд... [1, с.276].

Дар «Фарҳанги тафсирии забони тоҷикӣ» калимаи *посбон* чунин шарҳ дода шудааст: дидбон, ниғаҳбон, қаровул, муҳофиз, ниғаҳдоранда [7, ҷ.2, с.78].

Инчунин С. Айни низ дар асарҳои худ муроди ифти ин калима, яъне *миришабро* истифода кардааст: Тамошобинони дари арк ва аҳли бозор гирдогирди чуқуриро фаро гирифтанд. Одамҳои *миришаб* ва қушбегӣ бо зарби шофу калтак мардумро дуртар ронда, дар гирдогирди чуқурӣ як дойра кушоданд [1, с.40].

Хулоса

Ҳангоми мутолиаи романи таърихии «Ғуломон» мо ба чунин ақида омадем, ки устод Айни ба хунармандон бо як меҳру муҳаббати хоссае муносибат доштааст. Соҳаи хунармандӣ ба ақидаи нависанда шугълест, ки пешравию ободии рӯзгори мардум маҳз бо ин алоқамандии зич дорад. Аз таҳлили хусусиятҳои забонии романи таърихии «Ғуломон»-и С.Айни равшан шуд, ки забони офаридаҳои ӯ табию оммафаҳм буда, баёнгари сарватмандии забони насри муосири тоҷик аст. Забони осори нависанда сарвати лексикӣ забони адабӣ ва боигарии луғавӣ забони зиндари дар бар мегирад.

Пайнавишт

1. Айни С. Ғуломон. Роман. Душанбе: Адабиёти бачагона, 2019, 488 с.
2. Грамматикаи забони адабии ҳозираи тоҷик. Душанбе: Дониш, 1985. 356 с.
3. Ҳалимов С. Садриддин Айни ва баъзе масъалаҳои инкишофи забони адабии тоҷик. – Душанбе: Ирфон, 1974. – 136 с.
4. Маҳмадҷонов О.О. Таҳқиқоти таърихӣ ва забоншиносии номвожаҳои ҷуғрофии водии Ҳисор. – Душанбе, 2009.
5. Мачидов Ҳ. Забони ҳозираи тоҷик. Лексикология. – Душанбе, 2007. – 243 с.
6. Фарҳанги забони тоҷикӣ (дар зери таҳрири М.Шукуров, В.А. Капранов ва диг.). – М.: Советская энциклопедия, 1969. – Ҷ.1. – 951 с.
7. Фарҳанги забони тоҷикӣ (дар зери таҳрири М.Шукуров, В.А. Капранов ва диг.). – М.: Советская энциклопедия, 1969.– Ҷ.2. – 949 с.
8. Ҳалимова С. Лексикаи касбу хунар дар осори Сайидо. – Душанбе, 2002. – 166 с.
9. Шукуров М. Забони мо ҳастии мо. – Душанбе: Маориф, 1991. – 232 с.

ALIMOVA Nargis Davronovna

Teacher of Tajik Language and Literature,

State Budgetary Establishment of General Secondary School of Tajikistan-Russia “General Secondary School with in-Depth Study of Individual Subjects in Khujand named after A.P. Chekhov”,
Republic of Tajikistan, Khujand

THE USAGE OF THE LEXICON OF PROFESSIONS AND CRAFTS IN “GHULAMAN” BY S. AINI

Abstract. *The article dwells on the usage of the lexicon of professions and crafts in “Ghulaman” by S.Aini. It is noted various professions and crafts have had an important rank and status in human life since ancient times. In the social life of the Tajik people, various trades and crafts such as blacksmithing, carpentry, weaving, tailoring, jewelry, pottery, painting, drawing have been common since ancient times and played a decisive role in the development of human culture and civilization. In this way, many types of professions and occupations of people have caused the emergence of a special vocabulary – professions ones.*

Keywords: *various professions and crafts, lexicons of professions and crafts, “Ghulaman” by S.Aini, artistic and historical novel.*

БЕКАНОВА Алина Сафарбиевна

магистрантка, Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова,
Россия, г. Нальчик

ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКИХ И РУССКИХ ПОСЛОВИЦ И ОТРАЖЕНИЕ В НИХ РАЗНИЦЫ МИРОВОСПРИЯТИЯ ДВУХ НАРОДОВ

***Аннотация.** В статье анализируются русские и немецкие пословицы, отражающие основные черты видения мира представителями данных национальных культур: описывается история развития пословиц в русской и немецкой лингвокультурах и раскрывается их роль в отражении особенностей мировосприятия немецкого и русского народов.*

***Ключевые слова:** пословицы, культура, мировосприятие, народ, фольклор.*

Устное народное творчество берёт свое начало из глубокой древности. Оно несёт в себе многовековую историю народа, даёт нам представление о его нравах, культурных и правовых представлениях. Человек всегда задумывался над тем, как следует строить речь, какое содержание включать в неё в той или иной ситуации. Постепенно накапливался опыт общения, рождались правила речевого этикета, то есть установленный порядок беседы. Первые правила речевого этикета появились в фольклоре. Одним из наиболее распространенных в современном мире жанров фольклора являются пословицы.

Пословица – это возникшее в народе кратко выраженное наблюдение («Alte Liebe rostet nicht» = «Старая любовь не ржавеет»), суждение, содержащее поучение, предупреждение («Ein Sperling in der Hand ist besser als seine Taube auf dem Dach» = «Воробей в руке лучше, чем голубь на крыше»; аналог в русском языке: «Лучше синица в руках, чем журавль в небе»). С. И. Ожегов в своём «Словаре русского языка» даёт пословице такое определение: «Краткое народное изречение с назидательным содержанием, народный афоризм» [5, с. 566]. В. Даль считает, что пословица – это «коротенькая притча, приговор, высказанный обиняком и пущенный в оборот, под чеканом народности» или «обиняк, приложенный к делу, понятый и принятый всеми» [3, с. 14].

О времени возникновения и о времени распространения немецких пословиц известно достаточно много. Значительная часть немецких пословиц уже в средние века приобрела современную форму. Расцвет немецкой пословицы давно прошёл; начиная с XIX века лишь

немного новых пословиц вошло в обращение, например: «Die Eisenbahn und der Tod warten auf niemand» – «Железная дорога и смерть не ждут никого».

Развитие и распространение русских пословиц происходило иным путём. Русская пословица произрастала из крестьянской почвы, редко когда утрачивала народно-разговорный характер, и раньше, примерно до середины XVIII века, не приобретала особого веса в жизни крестьянина и мелкого горожанина, тогда как немецкая пословица со средних веков сохраняла назидательную окраску.

В течение продолжительного времени на немецкую пословицу оказывали влияние церковные и монастырские школы. Так, в школьной практике эпохи гуманизма истолковывались и основательно заучивались многие мудрые изречения. К числу наиболее известных и часто цитируемых пословиц принадлежит следующая: «Morgesntunde hat Gold im Munde», которая происходит от латинской пословицы «Aurora musis amica» (Аврора – подруга муз).

Оба народа могут гордиться своим пословичным богатством. Нужно, однако, признать, что на протяжении веков отношение немцев к своей пословице изменялось. На заре нового времени и ещё в XVI и XVII вв. пословица была у всех на устах. Сегодня её мудрость звучит гораздо реже, чем когда-либо. По-другому обстоит дело с русской пословицей. Русский человек сохраняет непосредственную связь с народной мудростью и оживает свою повседневную речь пословицами чаще, чем современный немец.

Оба народа, и русский, и немецкий, при всём разнообразии и богатстве оценок,

наблюдений, мнений, представленных в их языковой сокровищнице, в общем и целом, единодушны в своей оценке порока и добродетели. Сложно делать выводы о более или менее высоких моральных качествах какого-либо народа по количеству его пословиц. Как немцы, так и русские строго различают правду и ложь, справедливость и несправедливость. Но одно и то же качество может в одном языке находить более щедрое количество толкований, чем у другого. По одной пословице нельзя судить о характере народа, так как значительное число пословиц если и не интернациональны, то, по крайней мере, носят общеевропейский характер. Пословицы, как и сказочные сюжеты, переходят от одного народа к другому, и потому каждый из языков обнаруживает большее или меньшее число заимствованных пословиц.

Среди огромного множества пословиц можно выделить особую, присущую обоим языкам, группу интернациональных пословиц, в которых говорится о человеческом и общечеловеческом, а не национально ограниченном. Пословицы обоих народов поощряют благотворительность («Almsengeben armet nicht» = «Рука дающего не оскудеет»), не видят позора в бедности ближнего («Armut schändet nicht» = «Бедность не порок»), вину и наказание рассматривают как невезение и выражают глубокое сочувствие попавшему в беду («Бедность – святое дело»).

Не с лучшей стороны представляются в пословицах богачи. Нужно, однако, пояснить, что во времена возникновения пословиц противостояние господина и слуги, землевладельца и крестьянина в немецких землях должно было находить более резкое выражение, нежели недовольство русских крестьян во времена первых царей. Терпеливый, тонко чувствующий, богобоязненный русский крестьянин, оказавшись в жесточайшей нужде, выступил впервые против боярской власти лишь в 1606 г. Покорность русского крестьянина своей судьбе обозначена в известной пословице «Царь далеко, а Бог высоко». Богатого же крестьянин боится, как зверя: «Богатый силён, что медведь».

Когда русский крестьянин говорил: «Дворянская служба – красная нужда», то средневековый немец ему вторил: «Wer sich im Herrendienst zu Tode arbeitet, den holt der Teufel» – «Кто пробивается в службе у господ, того черт несет». Русская пословица в большей степени, чем немецкая, склонна давать совет

покоряться власти и терпеть: «Лучше самому терпеть, чем других обижать».

Пословица не обошла без критики ни одно сословие, в том числе крестьян. Только в немецкой пословице пренебрежение к крестьянину выражено гораздо обиднее добродушной насмешки русских. Очень старая и вышедшая из употребления пословица «Der Bauer und sein Stier sind zwei grobe Tier» – «Крестьянин и бык – два грубых животных», известная во всей Европе, не имеет ни одного русского соответствия.

Честный труд ремесленника ценится обоими народами как главная основа городской жизни: «Handwerk hat goldenen Boden» = «Ремесло – золотой кормилец». Так же как в похвалах ремесленнику, оба народа единодушны в отрицательной оценке мелкого торговца, которому вменяются в вину ложь и мошенничество: «Krämer lügen gern» = «Не солгать, так не продать».

В юмористических пословицах порок может удостаиваться похвалы, а истина – толковаться наоборот. Вот примеры таких пословиц, как бы противоречащих общепринятым моральным нормам: «Arbeit ist kein Hase (Bär) sie läuft nicht in den Wald» = «Работа не волк, в лес не убежит» или «Einmal ist keinmal» = «Один раз не в счёт».

Часто для иллюстрации отдельных черт характера в пословице выводятся животные: в русской пословице чаще всего выступают кот, собака, волк и медведь. Большую, чем в западноевропейской пословице, роль играют корова и свинья. В немецких пословицах ощутимо чаще встречается орёл.

При сопоставлении пословиц двух народов можно определить, какие люди и какие человеческие качества больше всего осмеиваются и критикуются этим народом. Острые стрелы пословиц, будь то русских или немецких, метят в одну цель: в ленивых, глупых, прижимистых, в богачей, обирал, мошенников, господских прислужников. Для русской пословицы характерна насмешка над зажиточными крестьянами (кулаками) и корыстолюбивыми и продажными чиновниками. Ленивый крестьянин порицается наряду с богатым лентяем, а деревенский скряга – наравне со скупцом из господского дома.

Сопоставляя пословицы в русском и немецком языках, можно разделить их на три группы:

1. Форма и смысл в обоих языках совпадают, например: «Adler fangen keine Fliegen» = «Орёл мух не ловит»;

2. Смысл один, но выражен по-разному, например: «Alter Hund macht gute Jagd» (Старая гончая охоту делает) – «Старый конь борозды не портит»;

3. Пословицы, которые вообще не имеют соответствия в другом языке («Undank ist der Welt Lohn» – «Мир платит неблагодарностью», «Без блина не масляна, без пирога не именинник»), или возникновение которых было обусловлено особенностями исторического развития и социальных условий двух народов, например: «Es geht da zu wie im Bauernkrieg» – «Дела идут, как во время крестьянской войны» или «Казаку конь себе дороже», «От денежной свечи Москва сгорела».

Сам язык народной пословицы несколько устарел. Это особенно характерно для русских пословиц с её крестьянским и порой архаизированным языком. Так, в пословице «Где совет, там и свет» слово «совет» употреблено в значении «согласие». Можно встретить и «живот» вместо «жизнь» («Лучше смерть, чем позорный живот»), простонародное «спорый» вместо «успешный» или «погост» в старом значении монастырской общины, «норов» вместо «нрав» и т. д.

К отличительным признакам пословицы можно отнести то, что зачастую она ритмически организована и зарифмована. Например, «Ohne Fleis kein Preis» = «Без труда не выловишь и рыбку из пруда». Нередко пословица несёт в себе метафорический образ: «Not bricht Eisen» – «Необходимость ломает железо», «Hunger ist beste Koch» – «Голод – лучший повар».

Следует отличать пословицу от поговорки (Redensart) и речевого оборота (Redewendung). Любая пословица содержит законченную мысль. Поговорка же не является самостоятельным предложением, поскольку вместо полновесного высказывания содержит лишь образное выражение, будь то сравнение, метафора или парадокс. Поговорка – это только фигура речи, стилистическое средство. Она часто встречается как в немецком («Hunger haben wie ein Wolf» – «Волчий аппетит»), так и в русском языках («Прийти к шапочному разбору», «Кренделя писать»). В. Даль определяет поговорку как часть пословицы, как цветок, не достигший зрелости плода [3, с. 16]. Так, встречавшееся ещё во времена античности выражение «Es ist noch nicht aller Tage Abend» (Ещё не

всем дням вечер) нужно отнести к поговоркам, тогда как высказывание «Man soll den Tag nicht vor dem Abend loben» («Не хвали день до вечера») – это уже пословица. Для оценки кого-нибудь как любителя чужого труда, пройдохи, в русском языке используется выражение: «Он любит чужими руками жар загребать». В этой фразе использована поговорка «чужими руками жар загребать», в ней нет ни обобщения, ни поучения. Однако можно, говоря об этом же, и поучать, и обобщать, например: «Легко чужими руками жар загребать». Данное высказывание уже является пословицей.

Не стоит также относить к пословицам морализующие сентенции, эпиграммы, афоризмы, принадлежащие перу конкретного автора. Нельзя провести строгой границы между пословицами и так называемыми «крылатыми выражениями» (geflügelte Worte). Они восходят к известному автору, но со временем начинают употребляться наравне с настоящими пословицами или становятся их частью. Крылатое слово, заключающее в предложении законченную мысль, не что иное, как цитата, вошедшая в пословицу. Например, в пословице «Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer» («Одна ласточка весны не делает» = «Первая пороша не санный путь») трудно узнать изречение известного древнегреческого баснописца Эзопа: «Una hirundo non facit ver».

Подводя итог сказанному, хотелось бы подчеркнуть, что как в русских, так и немецких пословицах отражены высокие моральные принципы. В них осуждаются глупость, лень, нерадивость, хвастовство, пьянство, обжорство, а восхваляются ум, трудолюбие, скромность, трезвость, воздержание и другие положительные качества человека. Но наравне со схожими пословицами существуют и пословицы, ярко характеризующие социальную ситуацию в стране в определённый период времени, как, например, отношение между слугами и господами в России и Германии, насмешка русских над зажиточными крестьянами и нечестными чиновниками. Также по-разному воспринимаются образы из мира животных. Как видно, в пословицах, прежде всего, закреплён общественно-исторический опыт народа. Пословицы – это народная мудрость, свод правил жизни, практическая философия, историческая память.

Литература

1. Аникин В.П. Русские народные пословицы, поговорки, загадки и детский фольклор. М.: Правда, 1957. 240 с.
2. Граф А.Е. Словарь немецких и русских пословиц. СПб.: Лань, 1997. 287 с.
3. Даль В.И. Пословицы и поговорки русского народа. М.: ЭКСМО, 2003. 607 с.
4. Иллюстров И.И. Жизнь русского народа в его пословицах и поговорках. СПб.: Лань, 1953. 277 с.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Русский язык, 1990. 566 с.
6. Соболев А.И. Русские пословицы и поговорки. М.: Просвещение, 1983. 489 с.

BEKANOVA Alina Safarbievna

undergraduate student, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov,
Russia, Nalchik

**FEATURES OF GERMAN AND RUSSIAN PROVERBS
AND THE REFLECTION IN THEM OF THE DIFFERENCE
IN THE WORLD PERCEPTION OF THE TWO PEOPLES**

***Abstract.** The article analyzes Russian and German proverbs that reflect the main features of the worldview of representatives of these national cultures: the history of the development of proverbs in Russian and German linguistic cultures is described and their role in reflecting the peculiarities of the worldview of the German and Russian peoples is revealed.*

***Keywords:** proverbs, culture, worldview, people, folklore.*

БЕКАНОВА Алина Сафарбиевна

магистрантка, Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова,
Россия, г. Нальчик

ПОСЛОВИЦЫ И ПОГОВОРКИ КАК ОТРАЖЕНИЕ НЕМЕЦКОГО МЕНТАЛИТЕТА

Аннотация. В данной статье представлен анализ пословиц и поговорок немецкого народа с последующим выявлением общих закономерностей и особенностей национального характера. Цель исследования – выявить пословицы и поговорки, содержащие отличительные черты и качества немцев.

Ключевые слова: образование, немецкий менталитет, национальный характер, пословицы и поговорки.

Национальный менталитет представляет собой образ мыслей, психологический склад ума, особенности мышления. Он неразрывно связан с национальным характером – «Это общество внутри нас», существующее в виде однотипных для людей одной и той же культуры реакций на привычные ситуации в форме чувств и состояний, и есть наш национальный характер. Он есть часть нашей личности» [2, с. 26].

Несколько сложно говорить о едином национальном характере немцев, поскольку немцы – это и баварцы, и швабы, и саксонцы, и несены, и вестфальцы и многие другие. Говоря о немецкой ментальности, можно выделить такие национальные черты, как аккуратность и любовь к порядку, стремление что-то созидать, основательность, экономность, своенравие и упрямство. Все это находит отражение в пословицах и поговорках, поскольку в паремиях ярко выражена картина национального мышления, особенности национального характера. Собрание пословиц нации в реальности представляет собой этнографию людей, которая, будучи систематизированной, может дать практически полную картину образа жизни людей, их философии, моральных истин и социальных ценностей.

Самый распространенный стереотип о немцах – это их любовь к порядку и педантичность. Стремление упорядочить все и вся пронизывает все стороны немецкой жизни, является источником большинства их национальных достоинств и недостатков [3, с. 124-138].

Любовь к порядку у немцев, что называется, в крови. Это проявляется в разных аспектах жизни и реализуется в таких пословицах и

поговорках как Ordnung muss sein «Порядок превыше всего», Heilige Ordnung, segensreiche Himmelstochter «святой порядок – благословенный сын небес» или Ordnung ist das halbe Leben «порядок – душа всякого дела» [1]. К любому делу они подходят со всей основательностью, предусмотрительностью и ответственностью: Ordnung ist das halbe Leben «Порядок – половина жизни» (также является основой жизни), Ordnung, liebe sie, sie erspart dir Zeit und Müh «Люби порядок, он сэкономит время и силы» [1].

Соблюдение порядка нередко доходит до абсурда. Как отмечает В. А. Сухарев, если в связи с переходом на летнее время нужно перевести стрелки часов на час вперед, то аккуратный немец сделает это именно в два часа ночи, а не накануне [Сухарев, 1997: 219].

По отношению к деньгам, немцы – бережливый, но не жадный: Sparen ist verdienen «Экономить значит зарабатывать», Spare was, dann hast du was «Сэкономить сначала, поимеешь потом», Deutsch sein heisst, eine Sache um ihrer selbst willen treiben «Быть немцем – значит делать дело ради него самого» [1].

Как правило, немцы являются перфекционистами, очень целеустремленными, организованными, уверенными в себе людьми. Больше всего немцы любят трудиться. Это прослеживается в многочисленных поговорках, посвященных рабочей деятельности: Arbeit gibt Brot, Faulheit gibt Not «Труд приносит хлеб, а лень – голод»; Fleiß bringt Preis, Faulheit Not «Трудолюбие приносит награду, а лень – нужду»; Arbeit adelt «Работа облагораживает»; Guter Anfang ist halbe Arbeit «Хорошее начало

полдела откачалю»; Arbeit ist des Leben Wurze «Работа – соль жизни» [1].

Анализ немецких поговорок, связанных с немецкой ментальностью, показывает, что наиболее частотным является употребление в поговорках и поговорках компонента Herz «сердце». С одной стороны, прослеживается осуждающее отношение к человеческой бесчувственности, холодности. Например, Herzlosigkeit ist der schlimmste Herzfehler «Бессердечность – это худший недостаток сердца». С другой стороны, немцы ценят доброту и отзывчивость. Однако мягкое сердце легко поддается обману: Ein argloses Herz wird leicht betrogen. Особенностью представлений немцев о сердце является восхваление его храбрости, смелости и решительности: Ein mutiges Herz ist der beste Reisegefährte. Лучшим является мужественное, отважное сердце. Ein furchtsames Herz ist immer in Gefahr «Робкое сердце всегда в опасности» доказывает критическое отношение к боязливости. Немцы почитают искренность человека в любой сфере деятельности. Сердце – место, где она сосредотачивается, это её воплощение. Явными примерами данного утверждения являются такие выражения, как: Das Herz lügt nicht «Сердце не обманывает», Das Herz hört feiner als die Ohren «Сердце слышит лучше, чем уши». Более того, немцы полагают, что и большинство поступков людей должно идти от сердца «von Herzen». Например:

- речь Das beste Deutsch ist, das von Herzen kommt «Лучшая речь та, которая идёт от сердца»;
- пение Es ist schlechtsingen, wenn's nicht von Herzen kommt «Плохо поётся, если пение идёт не от сердца»;
- молитвы Gebet ohne das Herz dringt nicht zum Himmel «Молитва без сердца не дойдет до небес»;
- передача денег Ein Groschen von Herzen ist besser als ein Taler von der Hand «Один грош от сердца, лучше, чем один талер в руке»;
- подача руки Die linke Hand kommt von Herzen «Левая рука ближе к сердцу», Was nicht von Herzen kommt, geht nicht zu Herzen «Что не от сердца сделано, то до него не доберётся».

Как и в других культурах, сердце в немецкой культуре ассоциируется с любовью. В каждом сердце должна находиться любовь, она необходима (Bei Männern, welche liebe fühlen, fehlt auch ein gutes Herze nicht) [4].

Этнокультурным предстает и наблюдение жителей Германии о том, какое влияние

оказывает на сердце вино: оно может не только привести к веселому настроению (Der Weinerfreut des Menschen Herz), но и приоткрыть его тайны (Wein entdeckt die Geheimnisse des Herzens). Духовная жизнь находит своим центром сердце.

Получение хорошего образования очень важно для немецкого общества. Люди не только глубоко уважают высшее образование, но и авторитет, социальный статус и высокий уровень занятости. Немцы гордятся своей системой образования, особенно в области технологий.

Ведущую роль в жизни представителей Германии играет семья. Множество пословиц и поговорок посвящено теплым и уютным отношениям в семье, ведь эта среда обитания характеризуется непринужденной атмосферой в кругу родных и близких людей. Важную роль играет глава семьи: Wie der Herr, so's Gescherr «Каков пастух, таково и стадо»; Jedes Kind ist seines Vaters; Wie der Baum, so die Frucht; Böse Eltern machen fromme Kinder; Wie die Alten singen, so zwitschern die Jungen. Все эти пословицы подтверждают наличие семейных черт в характере немцев.

Ряд пословиц отображает отношения между мужчиной и женщиной: молодыми супругами Jeder ist seines Glückes Schmied «Каждый кузнец своего счастья», а также и супругами, прожившими долгую совместную жизнь Allzu straff gespannt, zer springt der Bogen «Рвется там, где тонко»; Aus den Augen, aus dem Sinn «С глаз долой, из сердца вон».

Некоторые немецкие пословицы предупреждают о поведении в ссорах: Wo zwei zanken, das einicht der Dritte «Когда двое бранятся, третий не мешает»; Wenn zweisich streiten, freut sich der Dritte «Когда двое ссорятся, третьему выгода»; Pack schlägt sich, Pack verträgt sich «Свои собаки борются, чужая не вмешивается».

Отношения между людьми, положение в обществе занимает большое место в жизни любого немца, так как большую часть жизни люди проводят в коллективе. Иметь хорошие отношения с коллегами действительно необходимо, при этом важно не испытывать ни зависти, и ненависти: Ein Messer wetzt das andere «Не рой другому яму, сам в нее попадешь»; Wer in den Kohl speit, muß ihn essen «Не плюй в колодец, воды придется пить». Хороший и правильный психологический настрой и поддержка со стороны руководителя тоже играют немаловажную роль: Der Mensch ehrt den Platz, nicht

der Platz den Menschen «Не место красит человека, а человек место», Durch Schaden wird man klug «На ошибках учатся», Wer nichts tut, dem mißlingt nichts «Не ошибается тот, кто ничего не делает». Существуют поговорки, которые осуждают начальство и руководство: Auf einer Pfüzte ist die Fliege ein Admiral «Всякий кулик на своем болоте велик», Selbst ist der Mann «Что хочу, то и ворочу». Успех любой деятельности заключается в объединении и коллективизме, духе сотрудничества: Einer für alle, alle für einen «Один за всех и все за одного»; Einigkeit macht stark «Сила заключается в объединении», Viele Hände machen schnell die Ende «Много рук быстро завершают работу».

На самом деле, с немцами, как известно, действительно сложно подружиться. Однако, как только у вас появился друг в Германии, он может стать лучшим другом на всю жизнь. Немцы вносят глубокую ценность в настоящие отношения вместо того, чтобы иметь множество друзей, как в других культурах.

Часто немцы критикуют чужую работу, но это является единственным способом обеспечения определенного уровня совершенства, это их способ быть учтивыми, ведь было бы неодобрительно, если бы они не предлагали такую критику.

В немецких компаниях существует бесчисленное множество правил и положений. Немцы известны своей пунктуальностью. Конечно, это касается не всех, но большинство немцев очень пунктуальны, и они обижаются, когда другой человек опаздывает. Немцы любят планировать каждое событие. И что бы ни случилось, они стараются придерживаться своих планов. Тем не менее это не означает, что они не могут быть спонтанными. У них есть альтернативный план для каждой возможной неожиданной ситуации. Это связано с тем, что они очень организованы. Немцы стараются держать все в порядке. Они любят хорошо структурировать свои дни и точно планировать встречи. Ein guter Plan ist halb getan – Хороший план означает наполовину сделанное дело.

У немцев есть широко используемая поговорка: «Wenn schon, denn schon». Это означает, что, если что-то стоит делать вообще, это следует делать хорошо. Немцы никогда не делают что-то впустую, не останавливаются на полпути. Они уделяют большое внимание деталям [4].

Традиции важны в Германии, ведь люди твердо придерживаются их. Это может быть

ежегодная ярмарка, отмечаемая в городе, или ежемесячная встреча с соседями. Они не легко отходят от своих традиций, даже на личном уровне.

Понятие «уют» значит для людей в Германии нечто большее, чем просто комфортное состояние. Оно ассоциируется у них с образом Родины (Heimat); это и тепло, исходящее от сердца, и домашний очаг, и семья. Это то, что может спасти от тревоги и стресса, – теплое и спокойное убежище в холодном и суровом мире Eigener Herd ist Goldes wert «Собственный очаг, что золото».

Здоровье остается самым главным для людей, ведь деньги, имущество, отношения и счастье всегда отодвигаются на задний план, когда человек чувствует себя плохо: Der Gesunde weiß nicht, wie reich er ist «Здоровый человек не знает, насколько он богат», Gesundheit schätzt man erst, wenn man krank wird «Здоровье имеет цену только тогда, когда болеешь».

Оставляя родную страну, жители Германии наверняка не будут страдать. Они могут прижиться в любом комфортном для себя месте. Определяющим фактом выступает удобство и возможность для самореализации: Sterben ist Leben «Стремиться значит жить»; Wer aushält, bleibt Sieger «Останется победителем тот, кто сможет выстоять».

В немецких паремиях обнаруживаются и такие, в которых предметом осуждения становятся такие недостатки человеческого характера, как бесхарактерность, неумение настоять на своем: Der Schwanz muß dem Fuchs folgen «Куда иголка, туда и нитка»; Dein Wunsch ist mir Befehl «Как пожелаешь, так и будет».

Современная Германия обязана своим процветанием, прежде всего, своему народу – трудолюбивому, преданному, простому и честному.

Пословицы и поговорки являются неотъемлемой частью народного творчества, в которой отражается весь опыт народа и передается из поколения в поколение.

Литература

1. Адамия Н.Л. Русско-англо-немецкий словарь пословиц, поговорок, крылатых слов и Библейских изречений. М.: Флинта, 2006. 344 с.
2. Касьянова К.О. О русском национальном характере. М.: Институт национальной модели экономики, 1994. С. 26.
3. Романова, Т.А. Пословицы и поговорки с компонентом сердце в сопоставительном

аспекте // Вестник КРАУНЦ. Гуманитарные науки. 2006. № 1. С. 124-138.

<http://www.millionaer-und-mehr.de/zitate-sprueche/zitate-gesundheit/>.

4. Zitate Gesundheit – Gesundheitssprüche
// Millionaer und Mehr. URL:

BEKANOVA Alina Safarbievna

undergraduate student, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov,
Russia, Nalchik

PROVERBS AND SAYINGS AS A REFLECTION OF THE GERMAN MENTALITY

Abstract. *This article presents an analysis of the proverbs and sayings of the German people, followed by the identification of common patterns and features of the national character. The purpose of the research is to identify proverbs and sayings containing distinctive features and qualities of Germans.*

Keywords: *education, German mentality, national character, proverbs and sayings.*

ДЗАСЕЖЕВА Залина Аслановна

магистрантка, Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова,
Россия, г. Нальчик

ОСНОВНЫЕ КЛАССЫ ЭТНОСПЕЦИФИЧЕСКИХ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

Аннотация. Статья посвящена основным классам имен собственных. На материале немецкоязычных текстов рассматриваются особенности употребления этноспецифических имен собственных, их значимость и культурно-историческая ценность.

Ключевые слова: имена собственные, антропонимы, хрононимы, хремотонимы.

Имена собственные представляют собой особый пласт лексики, в котором заключены особенности естественного языка – специфика его семантики, структуры, его связей с сознанием и культурой народа. Этноспецифические имена собственные (далее ЭИС) являются основными способами ввода этноспецифических феноменов немецкой лингвокультуры.

ЭИС предназначены для обозначения отдельного предмета, независимо от контекста и без обязательных уточняющих определений [2, с. 8-9]. О. М. Фонякова описывает имена собственные (далее ИС) как универсальную функционально-семантическую категорию имен существительных, специальный вид лингвистических единиц, предназначенных для выделения и идентификации отдельных объектов (живых и неживых), выражающих уникальные концепции и общие представления о них в языке, речи и культуре народа [7, с. 21].

Возможность получить этноспецифический статус наблюдается у 6 классов ИС с широко известными денотатами: антропонимов, хремотонимов, хрононимов, мифонимов, наименования сказочных персонажей, имена героев из литературы и кино, а также библейские имена.

Особый интерес для нашего исследования в классах имен собственных представляют антропонимы, хрононимы и хремотонимы. Антропонимы – это имена, отчества, фамилии и псевдонимы известных исторических личностей, а также прозвища, которые составляют антропонимическое богатство языка. Эти имена хорошо известны носителям немецкого языка и культуры и хранятся в памяти поколений. Они связаны с важными событиями истории и культуры, а также с текущими событиями

в общественно-политической и культурной жизни Европы, Германии и мира. В зависимости от профессии носителя имени, этноспецифические антропонимы можно условно разделить на три группы:

1. Известные исторические деятели, политики и государственные деятели;
2. Деятели искусства, такие как актеры, музыканты, режиссеры, писатели, поэты и певцы;
3. Ученые и философы.

В качестве примера этноспецифического антропонима можно привести ЭИС *Hitler* «*Gumler*». Для немецкой лингвокультуры имя Адольфа Гитлера стало символом диктатора, «злодея». Так, агрессивная политика Дж. Буша на Ближнем Востоке спровоцировали массовое недовольство и осуждение, из-за чего его стали сравнивать с А. Гитлером.

Этноспецифическим для немецкой культуры также можно считать и имя всемирно известного немецкого писателя Германа Гессе. Популярность его произведений, а также обязательность изучения его произведений в рамках школьной программы способствуют к формированию импликационных признаков, связанных с его именем. Метонимическое преобразование этноспецифического имени Г. Гессе является проводником для новой книги японского писателя Харуки Мураками в культурное пространство немецкого читателя, например: *Hermann Hesse multipliziert mit Japan ergibt Haruki Murakami* (14,25.03.2004, S. 63).

Названия исторических событий, периодов, процессов, которые происходили в определенные временные промежутки, ученые классифицируют как хрононимы. Эти названия помогают описывать и понимать исторические

события и их последовательность. Этноспецифические ситуации укажем как этноспецифические хронимы. В качестве примера этноспецифического хронима немецкой культуры можно привести *Zweiter Weltkrieg* «Вторая мировая война», например: *Falls ein Krieg ausbrechen sollte, wärest du der Allerletzte, der eingezogen wird, weil du so viele Kinder hast. Und überhaupt müsstest du ein Krieg wie der Zweite Weltkrieg sein, sonst kommt einer wie du gar nicht in Betracht* (18.27.04.2006, S. 66).

Система этноспецифических хронимов постоянно обновляется ценными для нашего общества событиями и явлениями, и она не ограничена. Часто события или явления получают название того места, где они происходили или имели место быть. Например, название города Лас-Вегас можно рассматривать как этноспецифический хроним, потому что оно символизирует мировой центр развлечений.

Под термином «хремотонимы» понимаются индивидуальные наименования предметов и продуктов, связанных с духовной и материальной культурой разных народов. Это могут быть названия книг, газет, журналов, космических кораблей, фильмов и т. д. В рамках хремотонимов можно выделить особые названия, важные для определенной лингвокультуры, такие, как книги, фильмы, песни, торговые бренды. В качестве примера этнических хремотонимов можно привести ЭИС *Der Richter und sein Henker* «Судья и его палач» и ЭИС *Lacoste*. Измененное название детективного романа Ф. Дюррентатта *Der Henker und sein Richter* используется в качестве заголовка к статье о трудностях с введением в действие международного уголовного права, например:

Der Henker und sein Richter Ein Völkerstrafrecht einzuführen ist ein internationaler Dauerversuch mit illustren Gegnern (25, 14.06.2006, S.59).

Благодаря, своей известности и популярности продукции название французского бренда *Lacoste*, имеет этноспецифический статус в европейской культуре и стало синонимом качества, стиля в мире моды. Несмотря на то, что многие компании пытаются повторить его успех, они не могут сравниться с узнаваемостью и престижем, который имеет этот бренд. Его продукция всегда отличается изысканным дизайном, безупречным качеством материалов и инновационными технологиями. Каждая коллекция становится событием в мире моды, привлекая внимание как профессионалов, так и обычных потребителей. Французский бренд

является олицетворением элегантности и роскоши, оставаясь вне времени и трендов. Этот этноспецифический хремотоним, в газетном дискурсе, используется не в денотативной, а в характеризующей функции. Например: *BMW fahren ist wie Poloshirts von Lacoste tragen: Man muss die skeptischen blicke aushalten können - und vor allem wollen* (4, 20.01.2005, S.60).

Классам имен собственных с реальными обозначениями противопоставляются классам с не существующим, вымышленным денотатом. Это имена богов и мифологических персонажей, обозначаемые в ономастической литературе как теонимы и мифонимы. Эти имена существуют только в мифологическом контексте и не имеют прямого отношения к реальным людям или событиям. Они служат для создания атмосферы иллюзорности и фантастики в произведениях и вызывают интерес у читателей и зрителей. Например, этноспецифичным мифонимом для немецкой культуры является имя героя древнегреческих мифов *Sisyphus* «Сизиф», например: *Selbst wenn ich amnesty gern als «Händler der Hoffnung» beschreibe, ist unser Kampf häufig Sisyphusarbeit* (17, 20.04.2006, S. 74).

Все еще остается спорным, вопрос о месте названий художественных произведений. А.В.Суперанская считает, что они занимают промежуточное положение и не относятся ни к именам с реальными денотатами, ни к именам с вымышленными денотатами [5, с. 148]. О. И. Фоякова выделяет особый класс имен собственных, такие как литературные антропонимы, зоонимы, топонимы и т. д., и считает, что все названия художественных объектов, созданных воображением писателя, являются предметом изучения литературной поэтики, стилистики и ономастики [7, с. 5]. Имена, существующие в художественном пространстве, безусловно, представляют собой особую группу, которая при сопоставлении с реальными объектами и предметами внешнего мира склоняется к классам с вымышленными денотатами.

В области ЭИС с денотатами из виртуальной среды мы выделили различные категории, включающие мифические имена, имена персонажей из сказок, библейские термины, а также имена людей из мира литературы и кино.

Имена персонажей древнегреческих мифов и легенд входят в категорию этноспецифических мифонимов. Миф можно считать идеальным жанром, в котором возникают уникальные этноспецифические явления.

Другими слова, миф обладает всеми неотъемлемыми характеристиками, чтобы его персонажи и их имена стали уникальными, т. е. этноспецифическими. Это свидетельствует о том, что они используются для выражения отношения к людям и событиям из других культур. Например, с помощью мифонимов можно описать личность главы правительства Китая и его деятельность, путем сравнения его с Геркулесом и Сизифом: *Über welche Kräfte aber verfügt der chinesische Herkules, damit er sich nicht bald als Sisyphus erscheinen muss?* (25, 14.06.06. 2006, S. 8).

В классификацию этноспецифических литературных антропонимов относятся имена и фамилии персонажей из произведений немецкой и мировой литературы. Например, имя Вильгельма Телля, главного героя драмы Ф. Шиллера, используется для обозначения покушения на тирана, например: *Noch nie kam eine Epoche ohne eine Teil-Tat aus. Wir aber bilden uns ein, die Geschichte beschere ausgerechnet unserer Generation in Europa die Ausnahme von diesem Gesetz, so dass selbst der klügste Politiker, den Deutschland je hatte, behaupten konnte: «Der Mord ist niemals politisch». Doch. Es gibt nur glückliche Jahrzehnte, in denen er überflüssig ist* (2, 5.01.2005, S. 40).

В рамках классификации этноспецифических имен с мнимыми денотатами, мы выделяем категорию имен сказочных героев. Имена сказочных героев вызывают в сознании членов определенного культурного сообщества устойчивые, а поэтому предсказуемые ассоциации и представления.

Имена, относящиеся к библейским текстам, мы объединили в одну группу, которые имеют библейское происхождение и используются для характеристики людей, в группу этноспецифических имен библейского происхождения. Образы библейских персонажей могут быть обобщены, когда в сознании человека весь образ сводится к его одной основной функции: Иисус – спаситель, Иуда – предатель, Каин – братоубийца и т. д. В названии статьи о телевизионном фильме, который исследует смерть Че Гевары, есть этноспецифическое имя Judas «Иуда», что подразумевает концепт предателя, например: *Welchen Judas hätten Sie denn gern? Favorit auf der Input 2001, wo die besten TV-Filme der Welt zu sehen waren: Der TV-Essay «Wer verriet Che Guevara» von Kraft Wetzels* (40, 29.09.2005, S. 17).

Таким образом, подводя итоги вышеизложенному, можно сказать, что

этноспецифическое ономастическое пространство немецкого газетного дискурса составляют известные, значимые имена собственные, денотаты которых соотносятся с личностями, событиями, уникальными предметами как реального, так и виртуального мира. По характеру денотата выделенные нами ЭИС распределяются на 7 классов: антропонимы, хрематонимы, хрононимы, мифонимы, библейские онимы, имена сказочных персонажей, антропонимы из мира художественных произведений и кино. Эти перечисленные классы ЭИС являются открытыми, и часто пополняются новыми именами. Таким образом, область этноспецифического ономастикона с реальными денотатами количественно превосходит область ЭИС с денотатами из виртуального пространства. Такие классы ЭИС с воображаемыми денотатами, как мифонимы, имена сказочных персонажей и имена библейского происхождения являются закрытыми микросистемами. Преобладание антропонимов из мира литературы и кино обусловлено их постоянным пополнением.

Значимость или культурная историческая ценность ЭИС отражается в связанных с ними ассоциациях и чертах, которые присущи определенной лингвокультуре. Признаки ЭИС актуализируются в дискурсе посредством импликационных связей – употребление имени вызывает связанные с ним признаки в сознании. В дискурсе, описывающем функцию, проявляется ЭИС, в то время как идеальным ИС присуща функция репрезентации. Наличие ассоциативных признаков у ЭИС определяет их характеризующую функцию и их использование в качестве средства вторичной номинации.

Литература

1. Гудков, Д.Б. Структура и функционирование двусторонних имен [Текст]: К вопросу о взаимодействии языка и культуры / Д.Б. Гудков // Вестник МГУ. Сер. 9. Филология. – 1999. – № 6. – С. 14-21.
2. Ермолович, Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур [Текст] / Д.И. Ермолович. – М.: Р. Валент, 2001. – 200 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – Москва: Гнозис, 2004. – 390 с.
4. Никитин, М.В. Основания когнитивной семантики [Текст]: Учебное пособие / М.В. Никитин. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.Н. Герцена, 2003. – 277 с.

5. Суперанская, А.В. Общая теория имени собственного [Текст] / А.В. Суперанская. – М.: Наука, 1973. – 366 с.

6. Рут, М.Э. Антропонимы: размышления о семантике [Электронный ресурс] / М.Э. Рут // Известия Уральского государственного университета – 2001. – № 20 // <http://proceedings.usu.ru>.

7. Фонякова, О.И. Имя собственное в художественном тексте [Текст] / О.И. Фонякова. –

Л.: ЛГУ, 1990. – 104 с.

8. Щетинин, Л.М. Слова, имена, вещи [Текст] / Л.М. Щетинин. – Изд-во Ростов, университета, 1966. – 222 с.

9. Die Zeit [Текст] / hrsg. von Dr. Marion Gräfin Döndoff, Helmut Schmidt, Dr. Josef Joffe, Dr. Michael Naumann. – Hamburg: Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG, 2004. – № 14; 2005. – № 2, №4, 40; 2006. – № 17, № 18, № 25.

DZASEZHEVA Zalina Aslanovna

Graduate Student, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov,
Russia, Nalchik

THE MAIN CLASSES OF ETHNOSPECIFIC PROPER NAMES (BASED ON THE MATERIAL OF THE GERMAN LANGUAGE)

Abstract. *The article is devoted to the main classes of proper names. Based on the material of German-language texts, the features of the use of ethnospecific proper names, their significance and cultural and historical value are considered.*

Keywords: *proper names, anthroponyms, chrononyms, chrematonyms.*

ДЗАСЕЖЕВА Залина Аслановна

магистрантка, Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова,
Россия, г. Нальчик

ПРОБЛЕМА ЭТНОСПЕЦИФИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕОРИЯХ

Аннотация. В статье рассматривается проблема функционирования этноспецифических имен в современных лингвистических текстах, также исследуются этноспецифические имена как широко известные онимы, которые в тексте используются не только для обозначения конкретного человека, но и как своеобразный культурный знак, символ определенных событий, судеб.

Ключевые слова: этноспецифичность, концептосфера, интертекстуальность, антропоцентрическая парадигма.

Основное направление современных исследований определило формирование антропоцентрической парадигмы в лингвистике. На сегодняшний день проблема лингвистических исследований тем или иным образом связана с изучением и описанием взаимоотношений между языком, культурой и личностью человека. Одной из основополагающих концепций целостного изучения культуры, языкового сознания и дискурса стала понятие этноспецифических текстов и этноспецифичности [3, с. 39].

Концепция «этноспецифичности» основано на основных характеристиках этноспецифического текста, приведенные в работе Ю. Н. Карауловым «Русский язык и языковая личность». Автором разработана трехуровневая модель языковой личности для лингводидактических и теоретико-лингвистических целей.

Структура языковой личности состоит из трех уровней: вербально-семантического, лингвокогнитивного, мотивационного.

Вербально-семантический уровень представляет собой лексикон личности, который включает в себя основу ее грамматических знаний.

Второй уровень – лингвокогнитивный – представлен тезаурусом личности, в котором рассматривается «образ мира», или же система знаний о мире.

Мотивационный, прагматический уровень есть уровень деятельностно-коммуникативных потребностей, отражающий прагматикой личности. Этот уровень включает мотивы, цели, интересы личностей [4, с. 238].

Все эти уровни характеризуются определенным набором специфических, типовых элементов: а) их стереотипными ассоциациями, б) отношениями между ними, в) единицами соответствующего уровня [4, с. 52]. На вербально-семантическом уровне некоторые слова выступают как единицы, отношения между ними затрагивает весь комплекс их семантико-синтаксических, грамматико-парадигматических и ассоциативных связей, более общераспространенными из которых являются стереотипы, общепринятые фразы и клише. На лингвокогнитивном уровне единицами рассматривают значительные концепты, целостные понятия и идеи. Между ними отношения основываются в иерархическую систему, изображающую устройство мира.

Для нашей работы наибольший интерес представляет высший, мотивационный, или прагматический уровень в структуре языковой личности, поскольку прагматикой личности возможно упомянута через так называемый феномен «этноспецифичности». Прагматика выступает за восприятие позиции, места человека в мире [4, с. 155].

На прагматическом уровне стереотипный комплекс выступает как образ, символ, знак повторяющегося, общепринятого для конкретной культуры, этноспецифического, т. е. это набор информации, которые передаются из поколения в поколение (сказки, мифы или былины, анекдоты, притчи, легенды и т. д.) [4, с. 54].

Ю. Н. Караулов к этноспецифическим текстам относит тексты: 1) важные для конкретной личности в эмоциональном и

познавательном отношении, 2) имеющие метаиндивидуальный характер, т.е. хорошо известные огромному окружению данной личности, в том числе предшественников и современников, 3) обращение которых неоднократно возобновляется в дискурсе данной языковой личности [4, с. 216]. Текст при этом понимается в широком семиотическом смысле, так как для современного человека актуальны не только произведения в виде словесных жанров, но и кино, театральные постановки, реклама, программы телевизионные, песни и т. д.

Ю. Н. Караулов выстраивает типологию этноспецифических текстов, принимая во внимание их использование в дискурсе персонажей художественной литературы. Первый тип – это обращение к этноспецифическим текстам с целью номинации. В данном случае отсылка к этноспецифическому тексту указывает на некую характерную черту, типичный признак, который отождествляется с наиболее яркой, запоминающейся и, соответственно, хорошо всем знакомой чертой персонажа, писателя или в целом всего произведения.

Второй тип употребления этноспецифических текстов в дискурсе автор называет референтным. Он исходит от определения референтной группы в социологии и полагает, что этноспецифические тексты могут выступать в качестве виртуальных личностей референтной группы. Как отмечает исследователь, обращение к этноспецифическим текстам, протекает несколькими способами: обращение к имени автора с помощью пересказа или же цитирования; к персонажу как к собеседнику говорящего (автора дискурса) [4, с. 227-228].

Идея Ю. Н. Караулова о том, что знание этноспецифических текстов является показателем принадлежности к данному времени и его культуре, получила дальнейшее развитие в ряде работ отечественных лингвистов. Так В. Г. Костомаров и Н. Д. Бурвилова. Авторы считают этноспецифическое высказывание единицей культурологического знания, так как оно смогло аккумулировать этноспецифичность текста, соединить его в сильную позицию: до заголовка, до инициального предложения фрагмента, абзаца, текста, до фразы предложения. Авторы называют этот процесс текстовой редукцией. Данный процесс способствует парадоксальностью повествования, краткостью, императивной модальностью, социальной значимостью, запоминающейся форме.

Для наиболее полного освещения феномена этноспецифичности невозможно обойти вниманием концептуальный подход к изучению этноспецифических текстов, разработанный Г.Г. Слышкиным. Исследователь понимает под этноспецифическим текстом любую последовательность символических единиц, характеризующихся целостностью и связностью, которые имеют важное значение для определенной культурной группы [6, с. 78].

Этноспецифические тексты являются важными единицами текстовой концептосферы, которые находятся в сознании носителей языка. Текстовая концептосфера состоит из фактической информации, образных представлений, ценностных установок, ассоциации, связанных в сознании носителей языка с хорошо известными текстами. К текстам такого рода можно отнести тексты любой длины: начиная от пословиц, заканчивая до эпоса.

Каждый этноспецифический текст обладает своей уникальной системой ассоциацией, которая отражает в сознании носителей языка. Обращение к этноспецифическому тексту в дискурсе может происходить по-разному: 1) через этноспецифические имена персонажей конкретного текста или же его автора; 2) с помощью этноспецифического высказывания (цитату или название текста); 3) через этноспецифическую ситуацию, связанную с данным текстом. Все эти вышеперечисленные способы (исключение – цитата) предоставляют выход этноспецифического текста на лингвистический уровень с помощью имен собственных.

Этноспецифические имена – это имена, которые образуют особую группу внутри этого класса. По мнению Д. Б. Гудкова, основой для выделения отдельной группы этноспецифических имен в классе имен собственных является, в первую очередь их статус, а также особая роль в языковом сознании и дискурсе. Этноспецифическими становятся только те имена собственные, которые включены в когнитивную базу, т. е. имеют общее для всех членов лингвокультурного сообщества инвариантное представление обозначаемого ими «культурного предмета» [2, с. 146].

При изучении феномена этноспецифичности, невозможно оставить без внимания теорию интертекстуальности. В лингвистике понятие «этноспецифичность» появилось как признак культурно-исторической значимости явлений. В настоящий период теория интертекстуальности рассматривает проблему

соотношения текста и истории культуры в контексте научного подхода. Само понятие «интертекстуальность» объясняется как текстовая категория, которая отражает связь одного текста с другими, диалогическое взаимодействие текстов в процессе их функционирования, обеспечивающее повышение значимости произведения [1, с. 104].

В данный момент разработано несколько теорий интертекстуальности, которые базируются на основанных положениях М. М. Бахтина о диалогичности художественного текста и характеристиках такого явления, как «текст в тексте», разработанных семиотиками Р. Бартом и Ю. Кристевой. Разнообразие существующих интертекстуальных концепций можно разделить на две группы: интертекстуальность обычно рассматривается как универсальное свойство текста (текстуальности) в целом; в узком плане – как функционально обусловленное специфическое качество определенных текстов (или типов текстов). Одна из вероятных интерпретаций феномена этноспецифичности возможна в контексте гораздо узкого понимания интертекстуальности.

Понимание интертекстуальности В. Е. Чернявской близко нам, так как оно имеет сугубо лингвистический характер, и исследователем было использовано для изучения интертекстуального взаимодействия не в художественном пространстве, а в научной коммуникации. «В этом случае интертекстуальность ограничивается такими диалогическими отношениями, в которых один текст содержит конкретные и явные отсылки к отдельным предтекстам (группе текстов) и/или лежащим в их основе смысловым кодам» [7, с. 21]. Как констатирует В. Е. Чернявская, узкая модель интертекстуальности необходима для анализа и интерпретации текста в собственно лингвистической перспективе, когда интертекстуальность изучается как особое средство порождения нового текстового смысла через диалог с чьей-либо конкретно определенной семантической позицией [7, с. 23].

Однако этот подход не охватывает все типы этноспецифичных явлений. Согласно теории этноспецифичности, имена не только персонажей художественных произведений, но и реальных личностей, а также важных событий общественно-политической и культурной могут выступать в дискурсе как этноспецифические явления или феномены [4, с. 155], обращение к которым не создает межтекстового

взаимодействия – феномен, лежащего в основе интертекстуальности.

Примером этноспецифичного имени собственного, обозначающего значимое событие для немецкой и всей европейской культуры, представляет *Dreißigjähriger Krieg Тридцатилетняя война: (1.2) Heute fordert Herwig Birg, der wohl einflussreichste Medienforscher Deutschlands, öffentlich ein "ökologisch nachhaltiges Handeln" gegen den Menschen als natürliche Spezies. Insbesondere der Geburtenrückgang in Ostdeutschland sei "schlimmer als der Dreißigjährige Krieg" (24, 8.06.2006, S. 36).*

Имена знаменитых личностей и названия известных явлений, событий и ситуации в дискурсе отсылают читателя не к определенным предтекстам, а к его знаниям. Таким образом, Катрин Штейер выделяет референции, ассоциирующийся с миром знаний, и сводит их к «энциклопедической интертекстуальности», а референции, показывающие на конкретные высказывания и тексты, называет – интертекстуальностью продуктов речемыслительной деятельности [8, с. 85].

В настоящее время исследования по проблеме этноспецифичности расширяются в русле лингвокультурологического подхода к изучению дискурса. Научный поиск в исследованиях подобного рода направлен на описание и интерпретацию этноспецифичных феноменов и средств их актуализации в дискурсе.

Литература

1. Баженова, Е.А. Интертекстуальность [Текст] / Е.А. Баженова // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной; члены редколлегии: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 104-108.
2. Гудков, Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации [Текст] / Д.Б. Гудков. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 288 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – Москва: Гнозис, 2004. – 390 с.
4. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность [Текст] / Ю.Н. Караулов. – М, 1987. – 262 с.
5. Костомаров, В.Г. Как тексты становятся прецедентными [Текст] / В.Г. Костомаров, Н.Д. Бурвикова // Русский язык за рубежом. – 1994. – № 1. – С. 73-76.
6. Слышкин, Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных

текстов в сознании и дискурсе [Текст] / Г.Г. Слышкин. – М.: Akademia, 2000. – 128с.

7. Чернявская, В.Е. Интертекстуальное взаимодействие как основа научной коммуникации [Текст] / В.Е. Чернявская. – С.-Петербург:Изд-во С. – Петербургского университета экономики и финансов, 1999. – 209 с.

8. Steyer, K. Irgendwie hängt alles mit allem zusammen – Grenzen und' Möglichkeiten einer linguistischen Kategorie, Intertextualität' [Текст] / K.Steyer // Textbeziehungen: Linguistische und literaturwissenschaftliche Beiträge zur Intertextualität / hrsg. von Josef Klein u. Ulla Fix. - Tübingen: Stauffenburg, 1997. – S. 85-106.

DZASEZHEVA Zalina Aslanovna

Graduate Student, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov,
Russia, Nalchik

THE PROBLEM OF ETHNOSPECIFICITY IN MODERN LINGUISTIC THEORIES

Abstract. *The article examines the problem of the functioning of ethnospecific names in modern linguistic texts, also examines ethnospecific names as well-known synonyms, which are used in the text not only to designate a specific person, but also as a kind of cultural sign, a symbol of certain events, destinies.*

Keywords: *ethnospecificity, conceptual sphere, intertextuality, anthropocentric paradigm.*

ПАЧЕВА Амина Анзоровна

магистрантка, Кабардино-Балкарский государственный университет им Х. М. Бербекова,
Россия, г. Нальчик

ВИДЫ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

***Аннотация.** В данной статье особое внимание уделяется вопросам интернет-рекламы, методам повышения эффективности интернет-рекламы, а также сравнительному анализу эффективности данного вида рекламы. В настоящее время интернет-реклама стала самым доступным и действенным методом рекламы. С развитием интернета появились новые виды рекламы, которые доступны не только аудитории определенного региона или страны, но и всему миру. Реклама в интернете очень эффективна. Правильно установленные рекламные материалы, учитывающие все особенности интернета, могут собирать десятки тысяч просмотров в день.*

***Ключевые слова:** реклама, интернет, каналы коммуникации, целевые аудитории.*

Реклама – это особый вид деятельности, сопровождающий человечество на протяжении всей истории его развития [1, с.15].

Термин «реклама» происходит от латинского «*reclamare*» – «громко кричать» или «предупреждать» – именно так громко выкрикивали и рекламировали различные товары на базарах и ярмарках Древней Греции и Древнего Рима более 2000 лет назад.

Реклама на английском языке обозначается термином «*advertising*», который означает общение на английском языке и интерпретируется таким образом, чтобы привлечь внимание потребителя к товару (продукции, услуге) и распространять советы, жалобы, предложения, рекомендации по покупке данного товара или услуги.

В век информационного общества и переизбытка предложения на рынке товаров и услуг неценовые методы конкуренции, такие как реклама и PR, уже давно вышли на передний план. В последнее время, в связи с появлением Интернета, наша жизнь все больше связана со всемирной паутиной – онлайн заключаются соглашения, люди общаются, организуются мероприятия, многие люди зарабатывают деньги только в Интернете [2, с. 25].

Реклама является неотъемлемой частью стратегии сбыта. Интернет-реклама – это самый простой и быстрый способ привлечения клиентов. Интернетом пользуются все: для общения, получения информации и удовлетворения потребительских нужд. Поэтому самый доступный способ найти свою целевую аудиторию – запустить рекламу в интернете.

Интернет стал своеобразным островком свободы, где перестает действовать влияние цензуры и социальных норм, а законы не всегда соблюдаются. Такая свобода, такие огромные коммуникационные и информационные возможности, которые предоставляет нам Интернет, привлекают огромное количество людей, как правило, наиболее активных как экономически, так и социально. Именно этим обусловлена актуальность данной темы.

Анализируя топ-5 стран по количеству пользователей Интернета, можно сделать вывод, что Россия находится на 4-м месте по количеству пользователей Интернета в мире, уступающее таким гигантам, как Китай, Соединенные Штаты и Индия, где, за исключением Соединенных Штатов, пользователи менее платежеспособны, чем в России: Китай (49%), США (73%), Индия (26%), Россия (72%), Япония (95%).

Если проанализировать количество пользователей Интернета в процентах с учетом жителей каждой из представленных в списке стран, то можно понять, что в России только на 1% граждан пользуются Интернетом меньше, чем в такой развитой стране, как США, а в Японии процент жителей, пользующихся Интернетом, составляет 23% – это выше, чем в России.

Можно предположить, что количество интернет-пользователей зависит от многих факторов: стоимости Интернета (в России одни из самых дешевых интернет-тарифов в мире), законодательного регулирования, экономического развития, демографических показателей и многих других факторов.

Понимая, что Интернет – это серьезно и надолго, а пространство для развития онлайн-рекламы максимально широко, необходимо определиться с видами рекламы в Интернете, чтобы понять их основные особенности и выбрать подходящий вариант продвижения товара или услуги.

Реклама – это коммуникация, целью которой является доведение информации до целевой аудитории по каналам коммуникации с целью изменения ее поведения. Онлайн-реклама – это реклама, размещаемая в Интернете.

Существует несколько основных видов рекламы в Интернете, которые следует описать:

Контекстный. Отличается тем, что информационное сообщение или реклама отображаются в соответствии с содержанием и контекстом интернет-страницы. Он адаптируется к наиболее распространенным требованиям пользователей и их интересам. Например, если человек выбирает смартфон в интернет-магазинах, а также смотрит тематические видеозаписи на телефоны, алгоритмы идентифицируют его как потенциального покупателя устройств, что повлечет за собой показ рекламы смартфонов в Интернете. Наиболее популярные сервисы контекстной рекламы предлагают Google Ads и Яндекс. Преимуществом данного вида рекламы является работа с целевой аудиторией. Основная задача контекстной рекламы – привлечь дополнительную целевую аудиторию, увеличить продажи функционирующего бизнеса. С помощью контекстной рекламы невозможно будет продвигать новые бренды, товары или услуги, неизвестные пользователю [3, с.34].

Медийная реклама. Привлекает внимание всесторонним представлением информации. Помимо текста, медийная реклама в Интернете также содержит аудиовизуальные материалы. Метод продвижения используется в виде статичных или анимированных изображений. Рекламный метод не рассчитан на конкретную аудиторию и эффективен благодаря своей яркости и динамичности, то есть привлекает внимание. Оплата за размещение материалов производится в зависимости от количества показов баннера или периода, в течение которого пользователи видят сообщение. На рынке сервисов, предоставляющих услуги медийной рекламы, есть предложения по таргетированному продвижению. Например, она предлагает современные услуги медийной рекламы,

сочетающие визуальные возможности с мощной технологической базой, благодаря которой она может обеспечить необходимый охват целевой аудитории.

Тизерная реклама – это маркетинговая система, использующая специальные тизеры для привлечения внимания потребителей. Главным преимуществом данного метода продвижения является высокая кликабельность по сравнению с другими видами рекламы в Интернете. Инструмент хорошо работает в женской тематике, игровом бизнесе и в сфере медицины. Сам тизер представляет собой блок с ярким изображением и провокационным и приглашающим текстом.

Таргетированная реклама. Один из наиболее эффективных способов продвижения в социальных сетях. Это картинка, дополненная текстом с учетом демографических параметров пользователя и его интересов. Имеет признаки контекстной рекламы [4, с. 63].

Как правило, такая реклама используется для информирования о каких-либо событиях, продвижения товаров и услуг, имиджевых кампаний, как уже представленных на рынке, так и новых, что способствует повышению узнаваемости бренда. Такая реклама воздействует непосредственно на целевую аудиторию и стоит совсем недорого.

Вирусная реклама. Вирусная реклама – это прежде всего реклама в Интернете, распространяемая самими пользователями, так как она зрелищна и эффективна. Как правило, это картинка или видеоклип, возможно, gif. В Интернете был случай, когда фотография куриного яйца в одной из социальных сетей набрала максимальное на тот момент количество лайков, поскольку владелец канала просто призвал поставить лайк на само яйцо, через некоторое время в том же аккаунте появилась реклама спортивного мероприятия по американскому футболу [5, с. 28]. Задачей вирусной рекламы является повышение узнаваемости бренда, создание имиджа (обычно инновационного) и повышение популярности конкретного продукта.

Email реклама – это вид маркетинга, который предполагает рассылку рекламных писем потенциальным покупателям. Одним из примеров рекламы по электронной почте является рассылка электронных писем клиентам компании с информацией о новых продуктах, скидках или предстоящих мероприятиях. Профессионалы используют сообщения, чтобы

рассказать потребителям о преимуществах подписки на новостную рассылку, преимуществах и привилегиях для клиентов, которые следят за новостями компании. Инструменты сервиса позволяют создать письмо, включить в него триггерные элементы, использовать удобные шаблоны и создать базу лояльных потребителей. Такой метод продвижения позволяет экономить время и затраты, сегментировать потенциальных клиентов, повышать рентабельность инвестиций (ROI – return on investment) – коэффициент рентабельности инвестиций или коммерческой окупаемости, отслеживать результат практически сразу после старта рекламной кампании.

Выводы

Реклама – это передача информации о товарах, услугах или идеях посредством распространения рекламы с целью воздействия на потенциальных потребителей этой информации.

Классификация видов рекламы проводится по разным причинам, в зависимости от цели и предназначения. Наиболее распространенными видами рекламы являются: медийная реклама, наружная реклама, транспортная реклама, интернет-реклама и печатная реклама.

Рекламный текст – это совершенно особый тип текста. Он имеет обязательную четко структурированную форму, включающую

заголовок, подзаголовок, основной текст, слоган и эхо-фразу. Рекламный текст отличается от обычного текста по содержанию и структуре.

Содержание рекламного текста формируется за счет его словарного запаса, который изобилует большим количеством лексических приемов, делающих рекламный текст ярче и красивее.

Литература

1. Артемов В. Реклама и не реклама / В. Артемов. - Львов: Кальвария, 2007. -25 с.
2. Агафонов А. Сетевой Маркетинг. Система рекрутирования в Интернете. М.: Омега-Л, 2017 – 154 с.
3. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2018. 120 с.
4. Савельев Д., Крюкова Е. 100+ хаков интернет-маркетологов. Как получить трафик и конвертировать его в продажи. – М.: Альпина Пабlishер, 2018. 314 с.
5. Толмачев А. Реклама в интернете. Курс молодого бойца. – СПб: БХВ, 2017. 240 с.
6. Виды интернет-рекламы [Электронный ресурс]: URL: https://www.webcom-academy.by/help/articles/vidyi_internet_reklamy.html.

PACHEVA Amina Anzorovna

Graduate Student, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov,
Russia, Nalchik

TYPES OF ONLINE ADVERTISING

Abstract. *In this article, special attention is paid to the issues of online advertising, methods of increasing the effectiveness of online advertising, as well as a comparative analysis of the effectiveness of this type of advertising. Currently, online advertising has become the most accessible and effective method of advertising. With the development of the Internet, new types of advertising have appeared, which are available not only to the audience of a certain region or country, but also to the whole world. Advertising on the Internet is very effective. Properly installed advertising materials that take into account all the features of the Internet can collect tens of thousands of views per day.*

Keywords: *advertising, Internet, communication channels, target audiences.*

ПАЧЕВА Амина Анзоровна

магистрантка, Кабардино-Балкарский государственный университет им Х. М. Бербекова,
Россия, г. Нальчик

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

***Аннотация.** Статья посвящена особенностям, касающихся языка рекламы. На материале немецко-язычных печатных текстов рассматриваются специфические условия функционирования языка в рекламных текстах, связь рекламы с разговорной речью, применение различного рода стилистических фигур в рекламном дискурсе.*

***Ключевые слова:** реклама, неологизмы, англо-американизмы, стилистические фигуры.*

На сегодняшний день реклама является динамичным, уникальным, прагматично-ориентированным социальным явлением. Реклама – это неотъемлемая часть современной культуры и экономики, которая активно применяется для продвижения товаров и услуг. Она стимулирует потребительскую активность и влияет на выбор покупателей. Реклама имеет разнообразные формы и использует различные каналы коммуникации, такие как телевидение, радио, Интернет и социальные сети. Она стремится привлечь внимание потенциальных потребителей и убедить их в выгоде приобретения продукции или услуги. Реклама является мощным инструментом воздействия на сознание и поведение людей, и ее роль в современном обществе нельзя недооценивать. Реклама является не только средством продвижения товаров и услуг, но и инструментом формирования общественных предпочтений и ценностей. Это подтверждается исследованиями ученых различных дисциплин, которые указывают на важность рекламы в социальном и экономическом контексте [2, с. 83].

Рекламный слоган – важная составляющая рекламы. Одно из самых часто встречающихся толкований слогана заключается в следующем: это рекламное выражение, которое кратко формулирует основное предложение рекламы и включается во все сообщения в рамках рекламной кампании [3, с. 7]. Главная особенность слогана заключается в том, что он кратко передает основные принципы и уникальные характеристики компании в сравнении с другими предложениями на рынке. Важными чертами рекламного слогана являются его лаконичность, запоминаемость, выразительность и

способность вызвать эмоциональный отклик у аудитории благодаря своей лингвистической форме. Основная цель слогана – привлечь максимальное внимание и заинтересованность путем эмоционального воздействия.

Данное исследование направлено на изучение и оценку характерных особенностей современной рекламы на примере немецкого языка.

На протяжении последних лет в Германии наблюдается активное использование языковых средств, таких как игра слов, метафоры, аллитерации и другие стилистические приемы, для привлечения внимания потребителя и создания запоминающегося образа товара или услуги. В немецком языке рекламный дискурс имеет свои специфические характеристики. В текстах печатной коммерческой рекламы можно заметить стремление к информационной эффективности и уникальности сообщения, что объясняется жесткой зависимостью рекламы от современных тенденций развития разговорной речи [6, с. 13], применяемой потенциальными потребителями в обиходе, поэтому составители рекламных текстов пытаются «не пропустить ни одного нового атрибута разговорного языка» [8, с. 24]. Важно отметить, что эти характеристики рекламного дискурса в немецком языке являются результатом влияния культурных и социальных факторов, а также современных тенденций в области маркетинга и рекламы. В немецком языке рекламный дискурс имеет свои специфические характеристики.

Реклама активно использует языковые приемы, играет с эмоциями и создает запоминающиеся образы, что влияет на развитие и эволюцию языка. Таким образом, реклама является

не только инструментом продаж, но и важным фактором в формировании и изменении языковых стандартов и тенденций. Именно из рекламы в обиход немецкого языка вошли выражения *alles palletti, manoli, baureif, tropfnass, wasserdicht* и т. д.

Новые слова и выражения часто возникают в рекламных текстах, так как они стараются привлечь внимание потребителей к своим продуктам и выделить их среди конкурентов. Рекламодатели стремятся придумать оригинальные и запоминающиеся выражения, чтобы вызвать интерес и желание приобрести их товары. Поэтому рекламные тексты являются одним из источников новых слов и фраз, которые затем могут стать общеупотребительными и войти в язык, например: *Allzwecktisch, Verwandlungstisch, Abwaschtisch, Wandhängemöbel*. Прилагательные, появившиеся «в глубинах» рекламы, *figurgünstig, hautsympatisch, vitaminfrisch, knitterarm, löffelfertig, diebstahlsicher, wartungsfrei, staubfrei, schlussselfertig* имеют особую способность передачи мыслей и эмоций.

Англицизмы и специальные термины, применяемые в рекламных текстах, создают впечатление о новизне, необычности и "чужеродности" товара, что значительно увеличивает привлекательность для потребителя. Подчеркивая избыток иностранных лексем в немецкой рекламе, часто не только отдельными словами, но и целыми фразами и иногда даже короткими текстами, В. Крамер не без иронии говорил, что немцы скоро будут вынуждены использовать словарь для покупок. Давайте рассмотрим примеры: *CyberHome DVD-Player [2398] übersichtliches On-Screen-Display* (Der Spiegel. 2006. No28. S. 67); *Der Ford Focus begeistert mit seiner exzellenten Fahrdynamik sowie technischen Highlights wie der Rückfahrkamera oder der Ford Power-Startfunktion. Ford Focus. Feel the difference* (Focus. 2009. No 17. S. 23).

Согласно характеристике Д. Шютте, современная немецкая реклама применяет новые выразительные средства и стили, которые отличаются от традиционных методов рекламы. Дистанцированный от общепринятого стандарта общения, этот текст отличается не только большим количеством англицизмов, но и значительным наличием в нем псевдонизмов, которые имеют разговорную окрашенность и используются в неформальной речи (*klauen* вм. *stehlen*, *heulen* вместо *weinen*), например: *Es gibt Dinge, die eine Frau über das*

Leben wissen sollte. Zum Beispiel, wie man einen Heiratsantrag ablehnt, auf Kommando heult oder auf Fotos gut aussieht (Süddeutsche Zeitung. 2009. 15 Juli. S. 13).

Авторы рекламных текстов активно используют такие лексические единицы, как профессионализмы, чтобы сделать свою рекламу более привлекательным и запоминающимся для потребителей. В результате, такие выражения становятся часто встречаемыми и широко узнаваемыми в рекламных сообщениях различных компаний: *schnelle Video- und Audiodateien, Fingerabdruck-Sensor, Virenbeifall, der kraftvolle Common-Rail-Dieselmotor, Druckauftrag, 40,9 mm Gehäusedurchmesser, DSL-Pauschaltarif*. Профессионализмы активно используются для создания эффективных рекламных кампаний, которые привлекают внимание и вызывают интерес у потенциальных клиентов. Они помогают выделиться на фоне конкурентов и создать уникальный образ бренда. Реклама, созданная с помощью данного приема, обладает особым шармом и притягательностью, что помогает достичь поставленных целей и удовлетворить потребности потребителей [1, с. 127].

Когда мы сравниваем рекламные сообщения с текстами, связанными с другими стилями, стоит отметить, что реклама содержит больше оценочных гиперболических прилагательных в самой высшей степени. *Die Millionenmetropolen Lima, Santiago de Chile, Buenos Aires und natürlich Rio de Janeiro zeigen sich Ihnen von ihrer schönsten und luxuriösesten Seite...* (Süddeutsche Zeitung. 2009. 18–19 Juli. S. 11); *Optimale Route: Kombination von kürzesten mit dem schnellsten Weg* (Der Spiegel. 2004. No48. S.61).

Стилистические приемы, такие как метафоры, сравнения, эпитеты и др., помогают создать яркие образы в уме слушателя или читателя. Они делают речь более запоминающейся и убедительной. Например, сравнение «он быстр, как стрела» создает образ быстрого и мгновенного движения, что помогает передать идею о скорости и энергии. Стилистические приемы также могут использоваться для вызова эмоциональной реакции у аудитории. Например, использование эпитета «кровавый» перед словом «битва» создает образ жестокости. Приведем примеры: аллюзия (*Der Kunde ist tot, es lebe der Kunde*); перифраз (*das strahlende Weiß seines Lebens* (из рекламы стирального порошка), *alles palletti* (все в порядке,

все нормально), *manoli* (не совсем нормально)); эвфемизм (*Weiches braucht Weiches* (реклама туалетной бумаги)); метонимию (*Ein Teufel in der Wüste. Ein Engel auf Asphalt* (об автомобиле Mitsubishi)), а также персонификацию (*Der ultrakompakte iPod Shuffle läuft mit Ihnen wohin – Sie wollen – nur springen kann er nicht* (из рекламы технической новинки), *Die Umwelt atmet auf* (об экологически безвредном электродвигателе)).

У авторов печатных рекламных текстов имеется обширный набор стилистических фигур и синтаксических приемов, таких как инверсия, антитеза, анафора, оксюморон и эллипс. В печатной рекламе особенно заметны эллиптические предложения. *Herrlich, so eine Fahrradtour: Die Räder schnell, einfach und sicher auf dem Velofix-Träger montiert – und ab ins Vergnügen. Nicht ausgeschlossen, dass du denken wirst: «Warum eigentlich noch selber Fahrrad fahren? Macht doch schon mein Renault Modus»* (Focus. 2006. No 28. S. 7).

Таким образом, большинство людей не смогут полностью оценить предлагаемый продукт или услугу, что негативно сказывается на эффективности рекламы. Применение представленных выше маркированных элементов языка позволяет аудитории выйти из привычного режима восприятия информации и способствует достижению поставленных целей в рекламном сообщении. Рекламный дискурс имеет существенное влияние на формирование потребительских предпочтений и стереотипов поведения, а также на развитие рыночных отношений. Однако, помимо этой функции, в рекламном дискурсе также присутствует и информационная функция, которая направлена на

предоставление информации о товаре или услуге. Важно отметить, что рекламный дискурс должен быть уникальным и привлекательным для своей целевой аудитории. Чтобы достичь этого, рекламщики используют различные стилистические приемы, такие как яркие образы, эмоциональные высказывания и креативный подход к описанию товара. В результате рекламный дискурс становится более привлекательным и уникальным для потребителя.

Литература

1. Брандес М.П. Стилистика немецкого языка. М.: Высш. шк., 1983.
2. Гримак Л.П. Гипноз рекламы (анатомия идеальной формы психической агрессии) // Прикладная психология. 1999. № 3. С. 83-91.
3. Морозова И.Г. Слагая слоганы. М.: РИП-холдинг, 2001. 172 с.
4. Сидорова М.Ю. Интернет-лингвистика: вымышленные языки. – М., 2021. – 293с.
5. Шепард, М. Структура рекламного текста [Электронный ресурс] / М. Шепард. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru>. – Дата обращения 27.11.2023.
6. Bär J.A. Deutsch im Jahr 2000. Eine sprachhis - torische Standortbestimmung // Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende. Sprachkultur oder Sprach - verfall? Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich, 2000. S. 9-34.
7. Leech G. English in Advertising. A Linguistic Study of Advertising in Great Britain. London, 1996.
8. Schneider W. Stilistische deutsche Grammatik. Die Stilwerte der Wortarten, der Wortstellung und des Satzes. Freiburg, 1967.

PACHEVA Amina Anzorovna

Graduate student, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov,
Russia, Nalchik

LINGUISTIC FEATURES OF THE ADVERTISING DISCOURSE (BASED ON THE MATERIAL OF THE GERMAN LANGUAGE)

Abstract. The article is devoted to the peculiarities of the advertising language. Based on the material of German-language printed texts, the specific conditions of the functioning of language in advertising texts, the connection of advertising with spoken speech, the use of various kinds of stylistic figures in advertising discourse are considered.

Keywords: advertising, neologisms, Anglo-Americanisms, stylistic figures.

ФЕДОРОВА Мария Евгеньевна

студентка, Российский государственный социальный университет,
Россия, г. Москва

*Научный руководитель – заведующий кафедрой коммуникационного менеджмента
и управления отношениями Российского государственного социального университета,
доктор экономических наук, профессор Шевченко Дмитрий Анатольевич*

СТРАТЕГИЯ ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ИНДЕКСА ЦИТИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ РОССИИ В СИСТЕМЕ МОНИТОРИНГА

Аннотация. В статье описана стратегия ведения партнерской программы для повышения индекса цитирования электронных общественно-политических средств массовой информации России. Приведены результаты опроса профессионального сообщества по целесообразности работы с данной метрикой, а также представлены апробированные рекомендации по улучшению индекса цитирования посредством работы с партнерским кабинетом.

Ключевые слова: СМИ, новости, метрика, индекс цитирования, кросс-цитирование.

Введение

Современное информационное общество зависит от медиапространства, в котором средства массовой информации (СМИ), в частности общественно-политические, имеют первостепенное значение в вопросе распространения новостей и формирования мнения. Результаты опроса за 2023 год, опубликованные на странице Ивана Макарова (Media Lab) в одной из социальных сетей, показывают, что 68,3% людей используют интернет, чтобы быть в курсе новостей и событий. При этом в XXI веке речь идет о большом объеме данных, их непрерывном обмене и разнообразии источников, что делает необходимым для таких изданий отслеживать уровень распространения и влияние текстового контента на общество. В этом разрезе одним из важных показателей является индекс цитирования, который отражает степень внимания других СМИ, политических организаций и обычных граждан к новым медиа.

Объект и методы исследования

Данная статья направлена на то, чтобы помочь СМИ повысить свою цитируемость путем применения стратегии партнерства. В работе использованы как теоретические методы комплексного и системного подхода к изучению источников, так и эмпирические методы, в частности, проведен опрос, разработанный на основе теоретического материала по исследуемой теме.

Отметим, что индекс цитирования обозначает возможности для последующего распространения изданного материала другими СМИ, а также является показателем качества распространяемого контента [1]. Определение показателя осуществляется исходя из числа и качества цитат, присутствующих в иных ресурсах, а также социального авторитета (лайки, репосты материалов СМИ в социальных медиа).

Данные о социальном авторитете способствуют составлению рейтинга изданий, в соответствии с которым определяется наиболее эффективное из них. Также следует пояснить, что качество этих ссылок эксперты называют «весом» ссылки [3, с. 210-213]. В измерении ИЦ участвуют ссылки только с тех ресурсов, которые проиндексированы в поисковых системах. Фактически ИЦ призван быть показателем сложившейся в интернете оценки СМИ, а не его самооценки.

Основная часть

В ходе опроса 87 респондентов в Google Forms, проведенного автором в рамках исследования инструментов эффективности мониторинга электронных общественно-политических СМИ России, было установлено, что 36% журналистов видят важность в оценке охвата и влияния СМИ, 27% отмечают необходимость анализировать цитируемость, 18,2% – отслеживают активность и упоминания изданий в социальных сетях. В данном опросе

респонденты могли выбрать один или несколько вариантов ответа, а также отказаться от ответа. Информация собрана в июле 2023 года. Соответствующие результаты свидетельствуют о том, что журналистам для оценки работы СМИ важны несколько показателей, в частности, индекс цитирования в СМИ, индекс цитирования в соцмедиа (гиперссылки).

Как мы выяснили, принцип определения индекса цитирования базируется на оценке количественного показателя ссылок на сайт и их значимости. Соответственно, наиболее простым методом для повышения индекса цитирования СМИ является обмен ссылками с другими новыми медиа (кросс-цитирование). Вместе с тем следует понимать, что отдельные поисковые системы могут наделять такие ссылки низким весом. Во избежание самоцитирования из анализа исключены ссылки на СМИ, входящие в один медиахолдинг, объединенные единым брендом и редакцией. Под ссылками подразумеваются упоминания источника в контексте всех возможных словосочетаний: «на сайте ... опубликовано интервью», «по общению...», «как передали...» и том подобное, а также гиперссылки в интернет-изданиях.

В настоящее время различают несколько подходов к обмену ссылками [2]. Один из них – массовый обмен с сайтами, которые проявляют к этому интерес. Традиционно в этих целях на страницу общественно-политического СМИ добавляют вставку, например, «рекомендуем посетить». Общее количество размещаемых таким образом ссылок не ограничено, однако результат от их включения на сторонний сайт СМИ может быть незначительным. Кроме того, поисковые системы могут наделять такие ссылки меньшим весом в сравнении с обособленными ссылками, размещенными в новости. Смысл второго подхода заключается в обмене ссылками между сайтами с похожей тематикой. Фактически, речь идет о взаимной рекламе, нередко размещаемой непосредственно на главной странице сайта СМИ. Подчеркнем, что минусом данного способа выступают ограниченные возможности практического использования. В частности, для общественно-политических СМИ недопустимо перенасыщение страницы упоминаниями сайтов-партнеров,

однако исключать данный способ не стоит, поскольку он показывает практический результат.

В ходе эксперимента с парламентским СМИ мы выявили следующие особенности работы с партнерской программой. При подборе партнеров для постоянного обмена новостями следует учитывать вес СМИ (его можно отследить в системе мониторинга «Медиалогия»). Этот показатель должен быть незначительно, но выше собственного веса издания. В случае значительного разрыва в показателях возможный партнер может отказаться от совместной работы, либо подобное осложнит обмен ссылками. Например, если у первого СМИ вес будет выше на 10 пунктов веса второго СМИ, то сотрудники второго информационного ресурса найдут необходимым писать в два раза больше новостей со ссылками на первый.

Также в ходе работы с электронным парламентским изданием было установлено, что большое число партнеров не приравнивается к качеству. Важны результативные метрики конкретного СМИ. Ко всему прочему, большое количество партнеров может осложнить коммуникацию. Партнерская программа общественно-политического издания может строиться и на работе с региональными СМИ. Наличие разносторонних ресурсов в партнерском портфеле важно для общественно-политического издания, поскольку позволяет транслировать новости на большую аудиторию. Отметим, что региональные СМИ не являются хорошим вариантом для установления взаимного обмена ссылками, поскольку их влияние ниже, чем у источников федерального уровня. При этом закрепление одностороннего партнерства на условиях цитирования с указанием первоисточника может стать средством увеличения количества цитат и упоминаний. Подобное дает больший эффект, если предполагаемый партнер лично соглашается на взаимодействие посредством рассылки.

На рисунке представлена аудитория парламентского издания, где процент региональных СМИ высок (рис.). Показатели сформированы «Медиалогией» и доказывают необходимость осуществлять взаимодействие с региональными средствами массовой информации.

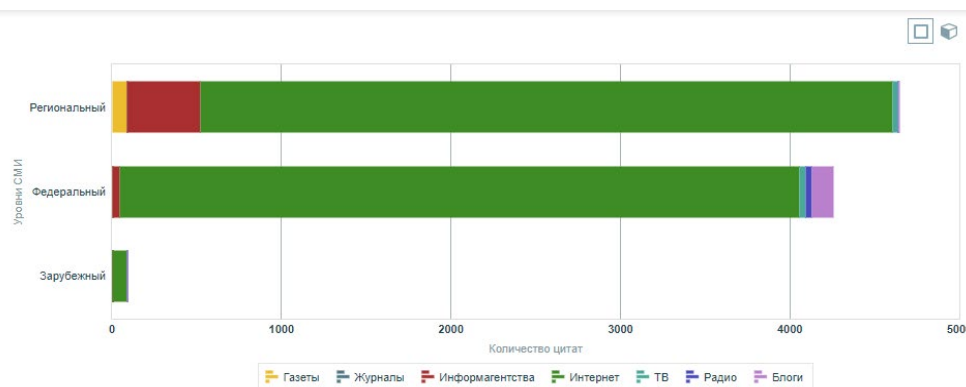


Рис. Цитирование рассматриваемого общественно-политического СМИ региональными, федеральными и зарубежными медийными источниками

Поиск партнеров возможно осуществлять посредством контент-анализа и работы с системами мониторинга. Необходимо отслеживать упоминание материалов СМИ и связываться с теми, кто цитировал данный источник информации. Также следует сообщать изданиям о необходимости поставить ссылку на первоисточник в случае его упущения. Автор полагает, что просьба, обращенная к другим СМИ относительно постановки ссылки и упоминания авторства, даже в случае отказа сторонней редакции сотрудничать, дает возможность получить честный трафик, ссылочную массу, а также напомнить изданиям о необходимости соблюдать положения Закона о СМИ и не нарушать Закон РФ от 09.07.1993 № 5351-1 «Об авторском праве».

Таким образом, показатель цитируемости парламентского издания, с которым проводился данный эксперимент, при активной работе с метрикой, составил 0,68. Далее отмечалось некоторое падение, вместе с тем по состоянию на ноябрь 2023 года цитируемость зафиксировалась на отметке 0,50. Показатель на период с 2021 по 2022 гг. удерживался на 0,25. Эффективность проведенной работы с партнерской программой зафиксирована на сайте самого издания (в опубликованном сообщении отмечается, что парламентское издание поднялось на седьмое место в рейтинге цитируемости «Медиалогии»).

Заключение

Таким образом, можно говорить об эффективности представленной стратегии партнерства для повышения индекса цитирования общественно-политических электронных СМИ России в системе мониторинга. Вместе с тем следует отметить, что для большего улучшения показателей требуется продолжать работать над качеством текстов на сайте, активно развивать партнерские взаимодействия, а также обращать внимание и анализировать информацию, предоставляемую медиамониторинговыми платформами и веб-аналитическими системами.

Литература

1. Медиалогия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/> (дата обращения: 31.01.2024).
2. Федеральное агентство связи. Конспект лекций по учебной дисциплине «Сетевая экономика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/7463559/> (дата обращения: 31.01.2024).
3. Черняков А.Н. Методы оценки и анализа информационных ресурсов // Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики: мат. науч.-практ. конф. – Белгород: Изд-во Белгород. гос. ин-та иск. и культ., 2019. – С. 210-213.

FEDOROVA Maria Evgenievna

Student, Russian State Social University, Russia, Moscow

*Scientific Advisor – Head of the Department of Communication Management
and Relationship Management at the Russian State Social University, Doctor of Economics,
Professor Shevchenko Dmitry Anatolyevich*

**PARTNERSHIP STRATEGY FOR INCREASING THE CITATION INDEX
OF RUSSIAN SOCIO-POLITICAL ELECTRONIC MEDIA
IN THE MONITORING SYSTEM**

Abstract. *The article describes the strategy of conducting a partner program to increase the citation index of electronic socio-political mass media in Russia. The results of a survey of the professional community on the expediency of working with this metric are presented, as well as proven recommendations for improving the citation index through working with the partner cabinet.*

Keywords: *media, news, metrics, citation index, cross-citation.*

ШОДИЕВА Нодира Абдурашидовна

учитель таджикского языка и литературы,

Средняя общеобразовательная школа с углубленным изучением отдельных предметов
в г. Худжанд имени А.П. Чехова, Республика Таджикистан, г. Худжанд**МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕКОТОРЫХ СЛОЖНЫХ СЛОВ
В «ГУЛАМАНЕ» С. АЙНИ**

Аннотация. Известно, что некоторые сложные слова состоят из изафета. В сложных словах, которые состоят из изафета, действие происходит посредством переходов (преобразований). Образование сложных слов путем замены компонентов занимает большое значение в области словообразования. Делается вывод, что некоторые сложные слова в художественно-историческом романе С. Айни «Гуламан» обладают отличительными особенностями от современного таджикского литературного языка.

Ключевые слова: морфологические особенности, сложные слова, «Гуламан» С. Айни, художественно-исторический роман.

Муқаддима

Мусаллам аст, як қисми вожаҳои мураккаб аз ибораҳои изофӣ таркиб мешаванд. Дар вожаҳои мураккабе, ки аз иборайи изофӣ таркиб мешаванд, амал тариқи гашторҳо (трансформҳо) сурат мегирад. Бо ҷойтабдилии ҷузъҳои иборайи изофӣ, яъне дар натиҷаи гаштори баръакс, калимаи мураккаб ба вучуд меояд.

Забоншинос Д. Тоҷиев тарзи инверсия ё ҳолати постпозитсия ва препозитсияи муайяншаванда нисбат ба муайянкунандаро қайд кардааст. Яке аз роҳҳои маъмули ба калимаи мураккаб табдил ёфтани ибора ҳамин ҷойтабдилии муайяншаванда ва муайянкунанда мебошад, ки аз ҳама бештар дар назм ба чашм мерасад [4, с.22-23]. Яъне, бо ҷойтабдилии ҷузъҳои иборайи изофӣ калимаи мураккаб сохта мешавад. Аммо ин амал нисбат ба вожаҳои детерминативии баҳувриҳи дуруст намеояд. Дар забони мо, баҳусус дар назм, вожаҳои мураккаби детерминативии баҳувриҳӣ, ки маънои соҳиб будан ба ягон сифату хислатро ифода мекунанд, зиёд ба кор рафтаанд [3, 6, 7].

Вожаҳои мураккаби аз иборайи изофӣ сохташуда: – маҳз дар бештари ҳолатҳо маънои маҷозӣ доштани ин гуна вожаҳо имкон намедихад, ки ҳангоми пасу пеш гузаштани ҷузъҳои таркиби вожаи мураккаб иборайи изофӣ ба даст ояд, зеро маъно намегузорад, ки вожаи мураккабро таҳти гашторҳои даркорӣ ҷой диҳем. Ба ин далел, ин гуна вожаҳоро вожаҳои мураккаби бурунмарказ гуфтаанд, ки ҳастаи маъноии онҳоро аз берун метавон пайдо

кард. Масалан, дар мисоли вожаи мураккаби *гулдаста* [1, с.464], ки аз ҷузъҳои *ҷав* ва *дона* таркиб шудааст, фаҳмида мешавад, ки он аз иборайи изофӣ *донаи ҷав* таркиб шудааст, вале нисбат ба вожаи мураккаби *хорпушт* (*Хорпуштҳо*, *юрмонҳо*, *морҳо* ва *каждумҳо*, ки ҳанӯз ҳоби зимисто-нии худро сар накарда буданд, ҷонварҳои аз паи ҳаёт давандаи ин саҳро ҳисоб меёфтанд [1, с.322]) инро гуфта наметавонем. Зеро ҳангоми ҷойтабдилии ҷузъҳо он маъноеро, ки зерини мафҳуми *хорпушт* дар назар дорем, ба даст намеорем. Ин ҷо аз маънои ҷузъҳо соҳиб будан ба чизе фаҳмида мешавад, ки ҳастаи маъноияш берун аз калима аст: Гули маро, *гулдастаи* маро аз дастам даррабуданд, булбуламаро аз боғам зада бурданд... [1, с.464].

Мисолҳои дигари вожаҳои мураккаби аз иборайи изофӣ сохташуда: Моҳи *дахрӯза*, ки ҳанӯз фуру наrafted буд, ба ин майдони регзор нури худаширо мепошид [1, с.162, 409], Ду бародари ӯ, ки ҳамин *Наврӯз* ва Ҳа-мид аст, кори маро кардан гирифтанд [1, с.123-62 маротиба] ва ғайра.

Донишманди эронӣ Меҳди Сабзаворӣ дар мавриди исми мураккаб чунин гуфтааст: «Бо истинод ба меъри вучуд ё набуди ҳаста, асомии мураккаб ба ду гурӯҳи асосӣ – дарунмарказ ва бурунмарказ тақсим мешаванд. Гурӯҳи аввал дорои ҳаста ва ба лиҳози маънои шаффофанд ва гурӯҳи дувум фоқид ҳастанд» [8]. Аз ин нигоҳ, як қисми вожаҳои мураккаби баҳувриҳиро вожаҳои тирамаъно, бурунмарказ гуфтан лозим меояд. Ҳамчунин ин донишманд ёдовар шудааст, ки ба андешаи забоншинос Фоб

пешбинипазирии семантикаи исмҳои мураккаб бастагӣ ба ду омил дорад: 1. Исмҳои мураккаб бо гузашти замон дучори тағйироти семантикӣ, аз ҷумла тағйироти метонимӣ (киноя) мегарданд, ва ҷунин мисол меорад: *redhead* – шахсе, ки мӯйҳои сурх дорад, яъне сурхмӯй, на шахси дорои сари сурх, сурхсар (муқоиса шавад дар тоҷикӣ: *сафедҷорӯбдум* – хари сафеди думаш мисли ҷӯроб мебошад: Дар тумани Вобканд як деҳа ҳаст, ки онро деҳаи «Ширинихо» меноманд, – гӯён Қулмурод ҳикоя сар кард, – яке аз ин ширинихо як хари *сафедҷорӯбдуми* ҷангаллёл дошт, ки қариб буд думаш ба замин расад. Ширини он харро фурӯхтани шудааст [1, с.188].

Акнун дар намунаҳои зер тибқи усули нахвию сарфии калимасозӣ аз романи бадеӣ ва таърихии устод Айнӣ – “Ғуломон” сохтору маъно ва услуби боз як идда вожаҳоро баррасӣ хоҳем кард.

Дар романи бадеӣ ва таърихии устод Айнӣ – “Ғуломон” дар баробари калимаҳои сохти копулятиву редупликатив, амсоли:

1) **дар асоси қолаби замони феъли гузашта+гузашта:** *гуфтушунид* – Асирони ҳиротӣ дар муддати як ҳафта-даҳ рӯз тамомак эронӣ барин набошад ҳам, 15–20 калимаро, ки дар аввали *гуфтушунид* даркор мешавад, бо лаҳҷаи Эрон гап зада метавонистагӣ шуданд) [1, с.32];

2) **дар асоси қолаби замони феъли гузашта+ҳозира:** *гуфтугузор* – Саг аз *гуфтугузоре*, ки дар байни ҷӯпон ва оянда рафт ва ҳам аз фармоне, ки ҷӯпон ба худааш «чип!., дам бихоб!» гӯён дод, пай бурд, ки оянда як шахси безарар будааст ва ором гирифт [1, с.169];

3) **дар асоси қолаби исм+миёнванди -о+исм:** *паёнай* – Ҳама бар бом баромаданд. Сафар Ғулом, Эргаш ва командир *паёнаи* якдигар аз болои танӯр ба рӯи ҳавлӣ поин шуданд [1, с.329];

4) **дар асоси қолаби феъл+миёнванди -ма+феъл:** *кашмакаш* – ...ба болои онҳо пионерон бо якчанд нафар зан дар *кашмакашанд*, дар ин *кашмакашҳо* пахта ба дасти ҳеҷ як тараф наафтада дар миёна аз ҳам пошида истодааст... [1, с.412].

Ҳамчунин, ҷун анъана, дар асоси қолаби вожанигории мураккаби пайвасти такрор, аз қабили:

• **дар асоси қолаби исм + - + исм:** *гурӯҳ-гурӯҳ* – онҳо бо *гурӯҳ-гурӯҳ* ғуломон ва канизакони дасту гарданбаста, бо *рама-рама* бузу

гӯсфанд, бо *қатор-қатор* шутурони пурбор хоҳанд омад [1, с.27];

• **дар асоси қолаби такрори шумораҳои миқдорӣ:** *як-ду* – Ин дафъа аз чилим ҳам, ки ҷавон вайро об тоза карда оварда буд, *як-ду* қуллоб кашида гирифт [1, с.8-49 маротиба];

• **дар асоси қолаби такрори зарфҳои тарзи амал:** *давон-давон* – Ҷавононе, ки милтиқшоноро ба даст гирифта буданд, ҷаста хеста аз хона баромада *давон-давон* ба кӯча рафтанд [1, с.286].

Инчунин теъдоди зиёди вожаҳои мураккаби осонбаёни детерминативиро дучор меоем, аз қабили Бо ҳамин, роҳи замин *бисёркуниш* шуморо ва беамин шуда, яъне заминашонро ба шумо фурӯхта ба дари шумо ятим ва чорекор гардидани деҳқонони камзаминро ҳам баст, – гуфта илова кард чилликрес [1, с.341].

Хулоса

Хулосаи он чи иҷмолан аз баррасии баъзе вожаҳои мураккаби романи бадеӣ ва таърихии устод Айнӣ – “Ғуломон” ба мушоҳида расид, ин аст, ки ӯ устоди сухани баланд, дostonсарои бузург буда, вожаю таъбирҳояш суфтаву равон ва аз лиҳози маънӣ ширину ҳамафаҳманд.

Пайнавишт

1. Айнӣ С. Ғуломон. Роман. Душанбе: Адабиёти бачагона, 2019, 488 с.
2. Бобомуродов Ш. Луғати мухтасари калимасозии забонии адабии тоҷик. Душанбе: Маориф, 1983. 120 с.
3. Грамматикаи забони адабии ҳозираи тоҷик. Душанбе: Дониш, 1985. 356 с.
4. Таджиев, Д.Т. Способы связи определения с определяемым в современном таджикском литературном языке / Д.Т. Таджиев. – Сталинабад, 1955. – 70 с.
5. Фарҳанги тоҷикӣ ба русӣ. Нашри дувум бо илова, такмил ва ислоҳ. Зери таҳрири Д. Саймиддинов, С.Д. Холматова, С.Каримов. – Душанбе, 2006. – 784 с.
6. Ҳалимов С. Садриддин Айнӣ ва баъзе масъалаҳои инкишофи забони адабии тоҷик. – Душанбе: Ирфон, 1974. – 136 с.
7. Ҳошим, Р. Сухан аз устодон ва дӯстон – Душанбе: Ирфон, 1983. – 272 с.
8. Mehdi Sabzevari. Analysis of the Semantic Transparency and Opacity in Compound Nouns of Farsi with a Cognitive Approach / Sabzevari, Mehdi. Payam Noor University. – Tehran, Iran.

SHODIEVA Nodira Abdurashidovna

Teacher of Tajik Language and Literature,

State Budgetary Establishment of General Secondary School of Tajikistan-Russia “General Secondary School with in-Depth Study of Individual Subjects in Khujand named after A.P. Chekhov”,
Republic of Tajikistan, Khujand

MORPHOLOGICAL PECULIARITIES OF SOME COMPOSITE WORDS IN “GHULAMAN” BY S.AINI

Abstract. *It is known that certain composite words are made up of izafet link. In composite words, which are composed of izafet link, the action takes place through transitions (transforms). Composite words are formed by replacing the components – great importance in the field of word-building. It is concluded that certain composite words in the artistic and historical novel entitled as "Ghulamom" by S.Aini possess distinctive peculiarities from modern Tajik literary language.*

Keywords: *morphological peculiarities, composite words, “Ghulaman” by S.Aini, artistic and historical novel.*

СОЦИОЛОГИЯ

ПИСКАРЕВА Дарья Эдуардовна

магистрантка, Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Россия, г. Москва

РАЗВИТИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ В ПЕРИОД И ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19

***Аннотация.** Студенческая мобильность на современном этапе является гарантией международного диалога будущего поколения. Благодаря программам обменов студенты продвигают мягкую силу и способствуют развитию культурных и политических связей между странами. Пандемия COVID-19, охватившая каждый континент, изменила жизни многих студентов, уменьшив возможности обучаться за границей. Благодаря высокоразвитым информационным технологиям студенческая академическая мобильность не прекратилась, хоть и изменила свой привычный способ осуществления.*

***Ключевые слова:** студенческая мобильность, академическая мобильность, программы обменов, пандемия COVID-19, информационные технологии, мягкая сила, онлайн-обучение, Erasmus+, Nordplus, Fulbright.*

Несомненно, пандемия COVID-19 привнесла немало изменений в стандартный учебный процесс. Образовательные учреждения высшего образования были вынуждены адаптироваться под новые реалии и создать условия для работы преподавателей и обучения студентов. Инновационные решения возвысились над привычными методами преподавания и теперь онлайн и гибридное образование удачно закрепились и продолжает развиваться, приобретая новые формы.

Большинство образовательных учреждений пытались создать электронные платформы для обучения и готовились к введению гибридного образования, а пандемия стала неким катализатором, позволившим быстро реализовать такую возможность. Такой переход позволил сохранить процесс получения образования и всех возможных мероприятий, связанных со студенческой деятельностью. Новый учебный год 2020-2021 проходит с применением онлайн обучения или же гибридного, где ситуация с пандемией обстоит лучше. Развитие информационного образования затронуло и академическую мобильность, как одну из форм получения зарубежного опыта обучения и развития международного сотрудничества посредством диалога.

Академическая мобильность представляет из себя перемещение студентов и сотрудников, как для преподавания, так и для обучения, получения нового ни с чем несравнимого опыта, налаживания контактов и усиления взаимодействия правительств государств. Прежде всего в мобильность для студентов считается приоритетом с точки зрения политиков и рассматривается как удобный элемент международного диалога, продвижения своих интересов через «мягкую силу». По всему миру создаются различные организации и программы, занимающиеся обеспечением развития академической мобильности.

Существует множество терминологий, используемых в высшем образовании для описания мобильности студентов. Институт статистики ЮНЕСКО, ОЭСР и Евростат используют определение международных студентов, а Европейская ассоциация университетов (EUA) и Ассоциация академического сотрудничества (ACA) рассматривают различные виды мобильности и дают их определения. В России же нет точного определения академической мобильности, несмотря на то что данное словосочетание используется в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ в статье 105. Согласно пункту 2 данной статьи Российская Федерация

содействует развитию сотрудничества российских и иностранных образовательных организаций, международной академической мобильности обучающихся, педагогических, научных и иных работников системы образования, привлечению иностранных граждан к обучению в российских организациях, осуществляющих образовательную деятельность, обеспечению взаимного признания образования и (или) квалификации, участвует в соответствии с международными договорами Российской Федерации в деятельности различных международных организаций в сфере образования.

Студенческая мобильность, безусловно, является важной частью и фокусом большинства зарубежных и российских вузов [2, с. 153]. Если в 2001 году в международной мобильности участвовало только 2,1 миллиона студентов, то в 2019 году количество студентов возросло до 5,3 миллионов. Международное воздействие, которое она влечет за собой, является существенным фактором влияния на образование студентов во многих современных странах. В настоящее время существует множество исследований, посвященных положительному влиянию мобильности на развитие межличностных навыков, личностной зрелости и когнитивных навыков в целом. Студенты не только взрослеют во время своего пребывания в другой стране, но и приобретают полезные навыки, такие как межкультурная осведомленность, адаптивность, гибкость, инновационность, продуктивность, мотивация, выносливость, способность решать проблемы и способность продуктивно работать в команде [4, с. 3].

Программы мобильности не являются новыми, сейчас разрабатывается все большее число новых схем и путей осуществления мобильности, способствующих увеличению потоков студентов на всех уровнях, а также профессоров, исследователей и сотрудников [5, с. 31]. Большинство из них разрабатываются и финансируются на национальном или региональном уровне. В привычном виде она выглядит, как выбор программы и образовательного учреждения, которые были бы комфортны для участника мобильности; далее студент подает заявку на участие и оформляет договор как с программой мобильности, так и с домашним ВУЗом; после этого составляется индивидуальный учебный план-график, и студент отправляется на обучение за границу.

Несмотря на возникновение пандемии COVID-19 осуществление академической

мобильности полностью не прекратилось, в большинстве случаев она изменила подход и форму реализации. Однако не все программы мобильности смогли удачно адаптировать и перейти на онлайн обучение. Для более наглядной демонстрации влияния пандемии на академическую мобильность в мире были выбраны 3 популярные программы, занимающиеся отправкой студентов за границу для обучения.

Одной из программ академической мобильности, которая известна в каждом географическом регионе, стала **Erasmus+** – это программа Европейского Союза по поддержке образования, профессиональной подготовки, молодежи и спорта в Европе. Его бюджет предоставит возможность более чем 4 миллионам европейцев учиться, тренироваться и набираться опыта за рубежом. Объединяя в себе семь предыдущих программ ЕС (The LifeLong learning Program, The Youth in Action program, The Erasmus Mundus Program, Alfa, Edulink, Tempus и др.), она открывает возможности для широкого круга лиц и организаций.

Главной целью Erasmus+ является возможностью внести свой вклад в Европейскую стратегию роста, занятости, социальной справедливости и интеграции 2020 года, а также в цели ЕТ2020, стратегической рамочной программы ЕС в области образования и профессиональной подготовки. Erasmus+ также стремится содействовать устойчивому развитию своих партнеров в области высшего образования и вносить свой вклад в достижение целей Молодежной стратегии ЕС.

По сравнению с предыдущими программами ЕС в сфере образования, география Erasmus+ значительно расширилась. На данный момент данная программа академической мобильности охватывает страны-члены Европейского Союза, а также Исландию, Лихтенштейн, Норвегию, Бывшую Югославскую Республику Македонию, Турцию и Сербию.

Помимо перечисленных стран Erasmus+ распространен в таких географических регионах, как Западные Балканы, страны Восточного партнерства, страны Южного Средиземноморья, Российская Федерация и другие, в том числе Центральная Азия, Латинская Америка, Африка, страны Карибского бассейна. Всего на данный момент в программе академической мобильности Erasmus+ участвует больше 80 стран, ни одна другая программа не объединяет так много людей.

Помимо обеспечения международного сотрудничества, Erasmus+ создает единое образовательное пространство на территории европейских стран, в дальнейшем это помогает сформировать и единый рынок труда. Академическая мобильность является подспорьем для малого и среднего бизнеса, ведь приезжие студенты тратят небывалые суммы на проживание, путешествия внутри страны и за ее пределами, экскурсии и походы в предприятия общественного питания. В среднем на затраты одного студента предоставляется 500–600 евро, а в 2019 году примерно 940 тысяч людей участвовало в Erasmus+, следовательно ориентировочно 520 миллионов евро были направлены в бюджет Европейского Союза.

В начале марта Всемирная организация здравоохранения дала понять миру, что пандемия начала все больше распространяться и в первую очередь после Китая, COVID-19 перекинулся на Европу. Студенты, обучавшиеся в тот момент за границей по программе академической мобильности Erasmus+, начали задаваться вопросами, которые касались их дальнейшего пребывания и обучения в другой стране. В экстренном порядке стали скупаться билеты на рейсы в родные страны, однако у студентов появились нужды в покрытии дополнительных расходов. Расходы считаются приемлемыми до тех пор, пока общий бюджет проекта, охватываемый грантовым соглашением, не будет превышен. Многие студенты Erasmus+ также опасались, что их период обучения за границей не будет признан сертификатом. Высшие учебные заведения должны быть максимально гибкими и прагматичными, чтобы помочь студентам достичь результатов, указанных в их учебных соглашениях, независимо от географического положения.

Стремясь ответить на этот вызов COVID-19, после пересмотра Годовой программы работы Erasmus+ 2020, Европейская комиссия запустила 2 новых призыва 25 августа 2020 года. Эти новые призывы вместе обеспечены 200 миллионами евро (100 миллионов евро за каждый призыв), направленный на продвижение этого нового подхода обучения. Одним из таких призывом стал «Призыв к готовности к цифровому образованию». Этот проект направлен на оснащение систем образования и профессиональной подготовки для решения проблем, связанных с недавним внезапным переходом к онлайн и дистанционному обучению, включая поддержку учителей в развитии

цифровых компетенций, а также обеспечение инклюзивного характера возможностей обучения. Нынешний кризис COVID-19 значительно ускорил необходимость модернизации и цифровой трансформации систем образования и профессиональной подготовки по всей Европе.

Можно уверенно сказать, что программа Erasmus+ смогла удачно адаптироваться, в ходе пандемии студенты были переведены на онлайн обучение, независимо остались ли они в стране прохождения мобильности, или же вернулись на родину. Эта гибкость, в частности, помогает студентам закончить свои курсы в принимающем их учебном заведении и получить полное признание кредитов Европейской системы перевода и накопления кредитов (ECTS) [3, с. 114], полученных в рамках дистанционного обучения. Вероятней всего в будущем сохранится возможность участвовать в академической мобильности, используя формат онлайн-обучения или гибридное образование.

Другой программой академической мобильности, которая успешно адаптировалась во время пандемии и продолжила осуществление обучения студентов из-за границы – это **Nordplus**. Nordplus реализует программу, которая предоставляет возможность подать заявку на стипендию и туристический грант для обучения в Скандинавской или Балтийской стране. Nordplus предлагает финансовую поддержку между партнерами в области непрерывного образования из восьми стран-участниц и трех автономных регионов. Также имеет совместные программы мобильности с некоторыми российскими образовательными учреждениями. Если студент принимают решение участвовать в академической мобильности Nordplus, то он получает грант, который покрывает некоторые дополнительные расходы – обычно он составляет 300 евро. За 2019 год более 11 тысяч студентов смогли участвовать в академической мобильности, а в 2020 году только 2 тысяч студентов смогли отправиться на обучение в страны-партнеры Nordplus.

Для решения проблем, связанных с последствиями пандемии COVID-19, администрация Nordplus одобрила ряд временных изменений в правилах академической мобильности. Проекты адаптированы в соответствии с ограничениями, например, отложены личные поездки и заменены на виртуальные встречи. Основными элементами временных изменений являются:

1. Проекты должны изменить «обычную мобильность» на «цифровую/виртуальную мобильность»;

2. Утвержденное финансирование «цифровой/виртуальной деятельности» может быть использовано для прямых расходов, таких как ИТ-поддержка, или для приобретения необходимого оборудования и/или программного обеспечения, или для косвенных расходов, таких как обучение участников;

3. В проектах сотрудничества: расходы, связанные с онлайн-встречами, заменяющими запланированные физические встречи принимаются.

В настоящий момент программа академической мобильности Nordplus продолжает существовать на уровне онлайн-обучения, и принимает заявки на участие. Однако дальнейшие планы администрация Nordplus не афиширует. Можно предположить, что они, как и Erasmus+ сохраняют возможность дистанционного или гибридного обучения, что позволит проходить академическую мобильность, не выходя из дома.

Две рассмотренные программы академической мобильности практически полностью смогли приспособиться, однако существуют и такие, которые не функционировали во время пандемии и перенесли все свои планы на несколько лет вперед. Программа **Fulbright** стала той, которая не адаптировалась к пандемии COVID-19 и изменила процесс получения образования.

Данная программа управляется Бюро по вопросам образования и культуры Государственного департамента Соединенных Штатов в соответствии с руководящими принципами политики, установленными Советом по иностранным стипендиям Fulbright (FSB), и в сотрудничестве с рядом частных организаций.

Бюро по вопросам образования и культуры разрабатывает политику, обеспечивающую выполнение целей Программы Fulbright, и осуществляет управление Программой при содействии двусторонних комиссий и фондов в 50 странах, в том числе и в России, посольств США в более чем 100 других странах и ряда сотрудничающих агентств в Соединенных Штатах. Двусторонние комиссии и фонды за рубежом предлагают ежегодные страновые программы, которые устанавливают количество и категории грантов на основе вклада местных

учреждений. В настоящее время действуют 50 комиссий, 47 из которых финансируются совместно Соединенными Штатами и соответствующим правительством.

Соединенные Штаты стали еще одной крупной точкой распространения пандемии, поэтому все учебные заведения были вынуждены закрыть свои двери для обучающихся. Информационные технологии в США развиты на хорошем уровне и применяются в стандартной форме организации обучения как иностранных студентов, так и местных. Несмотря на это программа Fulbright перенесла свои мероприятия на 2022-2023 года. Байкальская летняя школа, Конкурс на магистерские программы, Летняя школа по американистике, Программа по обучению преподавателей были отменены и отозваны заявки студентов.

Студенты, которые уже участвовали на тот момент в программе мобильности Fulbright, столкнулись с некоторыми сложностями:

- Отсутствие возможности вылететь в родную страну;
- Отсутствие доступа к продуктам питания и санитарно-гигиеническим товарам для удовлетворения основных человеческих потребностей;
- Проблемы с предоставлением жилья для студентов;
- Отсутствие доступа к медицинской поддержке;
- Проблемы с продлением визы и получения вида на жительство.

Учитывая все вышесказанное, можно сделать вывод, что не каждая программа академической мобильности может применять онлайн-обучение и перевести студентов на дистанционное обучение без ухудшения качества образования. Программа Fulbright не смогла преодолеть проблемы, вызванные пандемией, а также остановить экономические потери. Сегодня американская программа мобильности планирует постепенное возвращение в формат очного образования и открытие набора студентов на программы академической мобильности, однако ситуация в мире остается нестабильной и неизвестно как будет развиваться в дальнейшем.

Пандемия COVID-19 показала, что во всем мире появилась необходимость в модернизации и трансформации учебных систем в более гибкие. Онлайн-обучение стало спасением для

международной образовательной системы, поэтому благодаря информационным технологиям продолжается обучение студентов. Академическая мобильность как один из важнейших элементов студенческой жизни претерпел изменения, но продолжила существование и перестроилась под современные требования.

Большинство преподавателей и студентов также смогли успешно адаптироваться к условиям работы в период пандемии. Теперь дистанционный формат взаимодействия не кажется чем-то странным, онлайн-обучение полностью внедрилось в учебные процессы. В дальнейшем некоторые иностранные образовательные организации продолжают применять онлайн-платформы совмещая их с очным обучением, так как гибридное обучение – это новый уровень в области всемирного образования.

Среди множества отрицательных факторов влияния пандемии COVID-19 на академическую мобильность, например отсутствие практики общения с носителями языка, который учит студент из-за границы, невозможность посетить новые города и станы, ухудшение социокультурных связей молодого поколения, можно выделить и положительные аспекты. На данный момент существует возможность пройти академическую мобильность дистанционно, не уезжая из родной страны, так как в большинстве случаев студенты испытывают стресс из-за разлуки с семьей, а также студентам не нужно тратить деньги на оплату проживания, покупку продуктов питания и оплату транспорта.

Очевидно, что пандемия COVID-19 запомнится как один из самых бурных и разрушительных моментов в истории нашего современного мира. Постоянно меняющаяся ситуация до сих пор сохраняется, и неизвестно как в дальнейшем это отразится на учебном процессе и программах академической мобильности. Мало-помалу мир международного

образования и академических обменов вновь открывается, постепенно снимаются ограничения и образовательные организации надеются в скором времени открыть свои двери для иностранных студентов. Многие страны уже приняли попытки возобновления работы институтов и программ мобильности посредством постепенного возвращения очного формата обучения.

Литература

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «Об образовании в Российской Федерации». Статья 105. Формы и направления международного сотрудничества в сфере образования. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/8e5be7fa943b780309272c643ee316b105206f39/.
2. Байденко, В.И. Мониторинговое исследование Болонского процесса: некоторые результаты и взгляд в будущее // «Высшее образование в России». – 2009. – № 7.
3. Королев К.Ю. Признание результатов обучения и перенос зачетных единиц в рамках программ международной академической мобильности: опыт Пензенского государственного университета // Вестник ВГУ. 2018. № 3
4. Козлова Е.С. Повышение академической мобильности как важнейшее условие формирования образовательной инициативы студентов // Материалы X Международной научно-методической конференции «Новые образовательные технологии в ВУЗе». (Екатеринбург, 6–8 февраля 2013 г.). Е., 2013.
5. Jansa T., Anderson, D.L. Socially responsive leadership for post-pandemic international higher education: Theoretical considerations and practical implications. Institute of International Education. М.: 2021. URL: <https://iie.widen.net/s/smjqvmzkc9/socially-responsive-leadership-white-paper>.

PISKAREVA Daria Eduardovna

Undergraduate student, Russian Academy of National Economy and Public Administration
under the President of the Russian Federation, Russia, Moscow

DEVELOPING OF STUDENT ACADEMIC MOBILITY DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract. *Student mobility at the present stage is a guarantee of the international dialogue of the future generation. Through exchange programs, students promote soft power and promote cultural and political ties between countries. The COVID-19 pandemic, which has swept across every continent, has changed the lives of many students, reducing opportunities to study abroad. Thanks to highly developed information technologies, student academic mobility has not stopped, although it has changed its usual way of implementation.*

Keywords: *student mobility, academic mobility, exchange programs, COVID-19 pandemic, information technology, soft power, online education, Erasmus+, Nordplus, Fulbright.*

КУЛЬТУРОЛОГИЯ, ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ, ДИЗАЙН

ВИЛКОВА Полина Владимировна

фотограф, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
Россия, г. Саратов

ДИФРАКЦИЯ В ФОТОГРАФИИ

Аннотация. Дифракция, то есть искривление света – проблема, с которой сталкиваются многие фотографы. Однако даже профессионалы не всегда обращают внимание на этот эффект. Но из-за этого снимки могут потерять резкость, что ухудшит их качество. В статье рассматриваются вопросы, чем вызывается дифракция в фотографии, что это и как ее избежать.

Ключевые слова: дифракция, волны света, преломление, эффект, изображение, фотография.

Основная часть

Дифракция на фото – оптический эффект, который возникает, когда световые волны, попадающие на линзу, «изгибаются» краями диафрагмы. Такое происходит при любых

настройках камеры, однако эффект увеличивается, если свет попадает на матрицу через небольшое отверстие, такое, как апертура с малым значением f -числа [1].

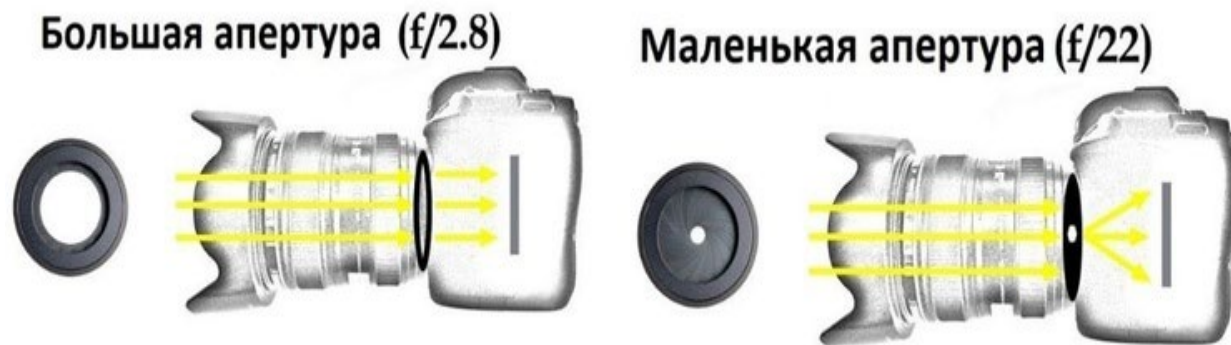


Рис. 1. Пример рассеивания световых волн

При большой диафрагме свет свободно проходит на датчик. Когда размер уменьшается, лучи света воспринимают лепестки затвора как препятствие. В итоге световая волна рассеивается на соседние датчики так, что изображение

кажется нечетким, даже если оно правильно сфокусировано.

При этом точки на снимке заменяются диском Эйри – световым пятном, которое получается при фокусировке. Чем меньше диафрагма, тем виднее этот эффект.



Рис. 2. Фото слева сделано с параметром $f/5.6$, справа - $f/22$

Некоторые фотографии, особенно начинающие, путают дифракцию и эффект абберации. Чтобы понять различие, требуется знать, что такое ХА в фотографии. Хроматическая абберация – это также оптическая иллюзия, но она возникает из-за того, что фокусные расстояния не совпадают с длиной световых волн. Дифракция же получается из-за рассеивания света [1].

Дифракцию довольно легко предотвратить. Необходимо использовать более низкие значения диафрагмы, например, в диапазоне $f/4$ – 16 . Однако стоит учитывать, что дифракционный предел камеры отличается в зависимости от модели фотоаппарата.

Вы можете подобрать идеальные параметры для вашего объектива, фотографируя предмет с мелкими деталями [1].

Возьмите объектив, дифракционный диапазон которого вы хотите найти, и установите его на камеру. Прикрепите камеру к штативу, установите приоритет диафрагмы (режим А или Av) и сфокусируйтесь на объекте с мелкими деталями, например, на этикетке бутылки. Затем сделайте серию снимков с одинаковым фокусом, но с разной апертурой – от минимальной до максимальной. Откройте сделанные фото, увеличьте масштаб до 100% и изучите различия [2].



Рис. 3. Слева фото, сделанное с установкой $f/1.8$, справа – $f/16$

На примере выше показано, как был найден дифракционный предел объектива для Sigma ART 18-35/1.8. В данном случае это диапазон f/1.8–16. Этот простой тест поможет узнать о своем объективе две вещи:

- диафрагму, обеспечивающую наиболее резкие изображения;
- апертуру, при которой снимки начинают терять резкость.

При установках f/1.8 текст на этикетке резкий и высококонтрастный. Между тем, при размере f/16, где створки затвора почти закрыты, наблюдается видимое искажение. Появляется мягкий эффект свечения и размытость текста.

Давайте разберем настройки с целью добиться максимальной глубины резкости, не используя небольшое значение объектива [2].

Это важно, поскольку не нужно выставлять самую маленькую апертуру, если вы снимаете на открытом воздухе. Для этого вам пригодится знание того, что такое ФФ в фотографии, а также таблица гиперфокального расстояния.

Первое означает фотоаппараты, поддерживающие полнокадровую матрицу, а гиперфокальное расстояние – это то, насколько близко вы можете сфокусироваться, сохраняя приемлемо резкий фон изображения.

Гиперфокальное расстояние для APS-C камер

Фокусное расстояние

		12mm	15mm	17mm	20mm	24mm	28mm	35mm	50mm	70mm	100mm	135mm
А П Е Р Т У Р А	f/8	3.2ft	5ft	6.4ft	8.9ft	12.6ft	17ft	27ft	55ft	105ft	218ft	395ft
	f/11	2.3ft	3.5ft	4.5ft	6.2ft	9ft	12ft	19ft	39ft	75ft	155ft	280ft
	f/16	1.7ft	2.5ft	3.3ft	4.4ft	6.4ft	8.6ft	14.5ft	27ft	54ft	110ft	198ft
	f/22	1.2ft	0.9ft	2.3ft	3.2ft	4.5ft	6ft	9.5ft	19.2ft	38ft	77ft	140ft

Гиперфокальное расстояние для полнокадровой матрицы

Фокусное расстояние

		16mm	20mm	24mm	28mm	35mm	50mm	70mm	100mm	135mm
А П Е Р Т У Р А	f/8	3.8ft	5.6ft	8.0ft	11ft	17ft	35ft	68ft	138ft	250ft
	f/11	2.6ft	3.9ft	5.8ft	7.8ft	12ft	25ft	48ft	98ft	178ft
	f/16	1.9ft	2.9ft	4.0ft	5.5ft	8.5ft	17.5ft	34ft	70ft	125ft
	f/22	1.4ft	2.0ft	2.9ft	3.9ft	6ft	12.5ft	24ft	49ft	89ft

Рис. 4

При этом не обязательно применять минимальное дифракционное ограничение диафрагмы, особенно при широкоугольной съемке. Например, если вы используете ФФ (полнокадровую) камеру с объективом 20 мм,

не нужно использовать диафрагму f/22 для получения резких фото.

Держите под рукой таблицу гиперфокальных расстояний, чтобы знать, как сильно можно увеличить апертуру и при этом максимизировать глубину резкости.



Рис. 5. Изображение сделано камерой NIKON D7000 + 24mm f/1.4 @ 24mm, ISO 100, 1/250, f/5.6

Еще один из важных моментов, как убрать размытость в постобработке.

Дифракционное размытие может испортить удачный кадр. Частично избавиться от него можно в процессе обработки фотографии.

Практически любая программа для редактирования фото имеет функцию повышения четкости. К примеру, в редакторе ФотоМАСТЕР вы можете провести общее улучшение или отрегулировать отдельный участок.





Рис. 6

Если же вам нужно повысить общую четкость, откройте снимок в программе и в разделе «Улучшения» перейдите во вкладку «Резкость». Выставьте силу, порог и радиус. Вы

можете установить эти параметры путем подбора, отслеживая изменения в окне просмотра, и выбрать подходящий для себя вариант [2].

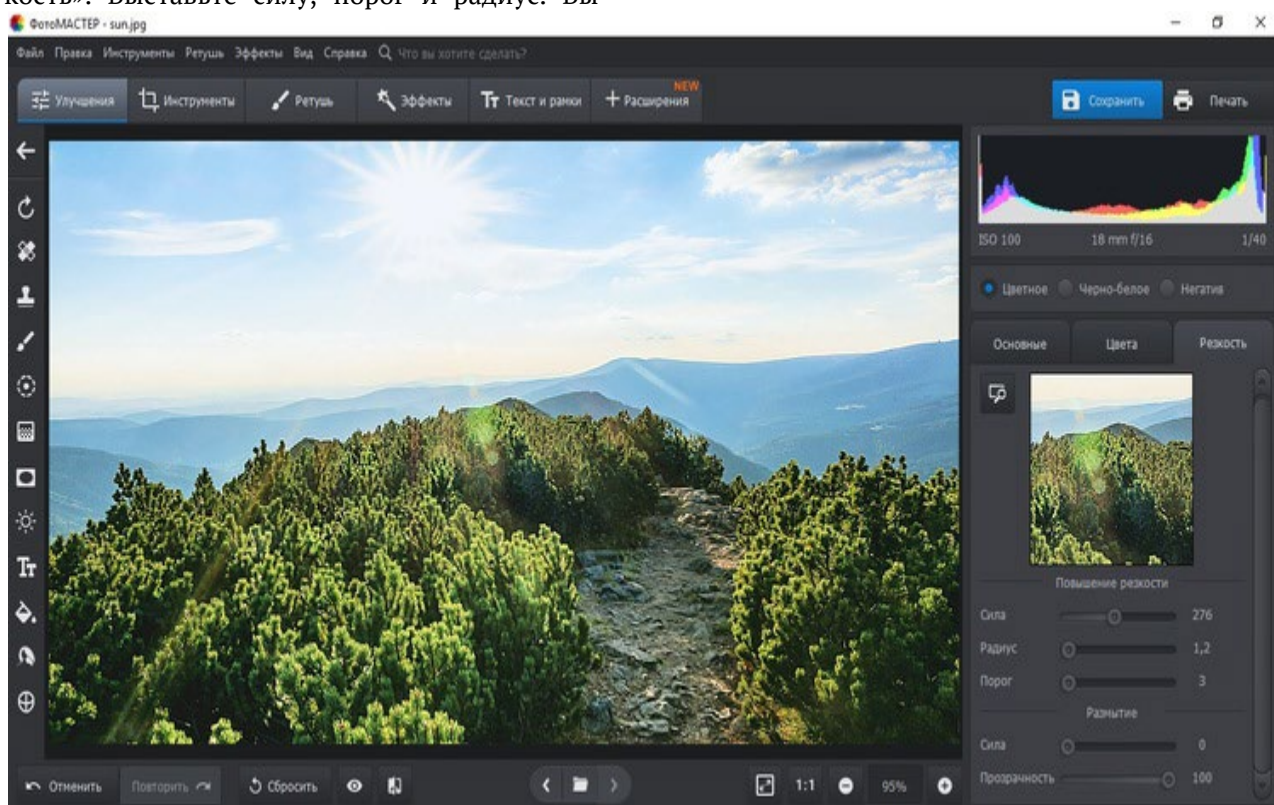


Рис. 7. Общее повышение резкости

Допустим, вы хотите оставить горы на снимке слегка размытыми, чтобы подчеркнуть их отдаленность. Для этого перейдите в раздел «Ретушь» и откройте инструмент «Радиальный фильтр». Нажмите правую кнопку мыши и

нарисуйте овал таким образом, чтобы он захватил участок, который вы хотите исправить. В правой колонке отметьте пункт «Внутри». Затем откройте вкладку «Резкость» и подберите нужные установки [3].



Рис. 8. Редактирование отдельной части снимка

Заключение

Дифракционные явления имеют большое практическое значение, лежат в основе принципа действия аппаратов. Профессиональному фотографу важно понимать, что такое дифракция в фотографии. К сожалению, невозможно обезопасить себя от этого во время съемки. Используя фоторедакторы и зная основы дифракции, исправляйте неудачные кадры и изучайте параметры своего объектива. Так вы сможете минимизировать негативный эффект этого явления [3].

Литература

1. Бунимович Д. Практическая фотография / Д. Бунимович. М.: Госкиноиздат, 2018. 384 с.
2. Осадчий, В.В. Многофакторная модель в коммерческой финансовой системе [Текст] / В.В.Осадчий // Журнал прикладных исследований. - 2021. - Т. 3. - № 3. - С. 12-16.
3. Кирилловский В.К. Оптические измерения. Часть 5. Аберрации и качество изображения. СПб: СПб ГУ ИТМО, 2006.
4. Гоголева Е.М. Прикладная оптика: учебное пособие / Е.М. Гоголева, Е.П. Фарафонтова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. 184 с.

VILKOVA Polina Vladimirovna

Photographer, Russian University of Economics named by G.V. Plekhanov,
Russia, Saratov

DIFFRACTION IN PHOTOGRAPHY

Abstract. Diffraction, or the bending of light, is a problem that many photographers face. However, even professionals do not always pay attention to this effect. But because of this, the pictures may lose sharpness, which will degrade their quality. The article addresses the questions of what causes diffraction in photography, what it is and how to avoid it.

Keywords: diffraction, light waves, refraction, effect, image, photography.

ВИЛКОВА Полина Владимировна
фотограф, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
Россия, г. Саратов

ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИИ

Аннотация. Основы композиции важны в фотографии, архитектуре, живописи. Они помогают сделать произведение искусства гармоничным, приятным глазу. Да, для привлечения внимания, дерзких акцентов эти правила можно нарушать. Но стандартно им принято следовать. Ведь именно благодаря им изображение получается гармоничным и эстетически привлекательным. В статье рассматриваются основы художественной композиции, поскольку расстановка предметов в кадре очень важна. От неё зависит, какой объект первым «зацепит» зрителя, какие ощущения он будет испытывать.

Ключевые слова: композиция, правило третей, золотое сечение Фибоначчи, золотые треугольники, правило диагоналей, ведущие линии, правило нечётных объектов, равновесие.

Основная часть

Дословно композиция – это составление, соединение частей. Поэтому можно сказать, что основы композиции – это правила, позволяющие гармонично размещать и комбинировать предметы для создания целостного рисунка [1].

Знание таких правил понадобится при съёмке не только людей. Но и, например, еды. Важно понимать, какой продукт будет главным, привлекающим внимание зрителя, а какие дополняют картину и уравнивают её [1].

Правила композиции в фотографии – это приёмы размещения объектов в кадре, которые делают снимок гармоничным и интересным для зрителя. Замечали за собой, что

некоторые фотографии в телефоне или в галерее хочется долго разглядывать, испытывая при этом эстетическое удовольствие? Именно хорошая композиция отвечает за этот эффект.

Существуют следующие базовые принципы построения гармоничного снимка.

Правило третей

Оно простое и помогает разместить объекты в кадре. Визуально снимок делят на 9 частей с помощью 2 горизонтальных и 2 вертикальных линий. Важные объекты нужно размещать на линиях и точках их пересечения. Именно эти зоны привлекают внимание зрителя в первую очередь.

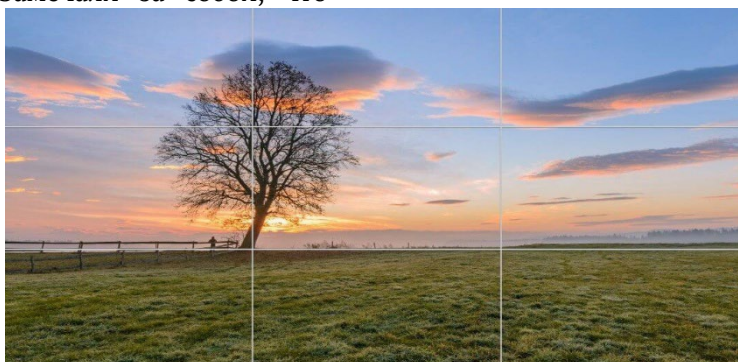


Рис. 1. Наглядное использование правила третей в композиции на этой фотографии. Горизонт и дерево расположены на важных линиях

Золотое сечение Фибоначчи

Этот итальянский математик выстроил последовательность цифр, где две предшествующие всегда дают в сумме последующую в этой бесконечной прогрессии. Позже о

божественной пропорции говорили Леонардо да Винчи и философ Адольф Цейзинг [2].

Но как проявляется правило золотого сечения в живописи и фотографиях? Это, подобно правилу третей, визуально комфортное и правильное размещение объектов в кадре.

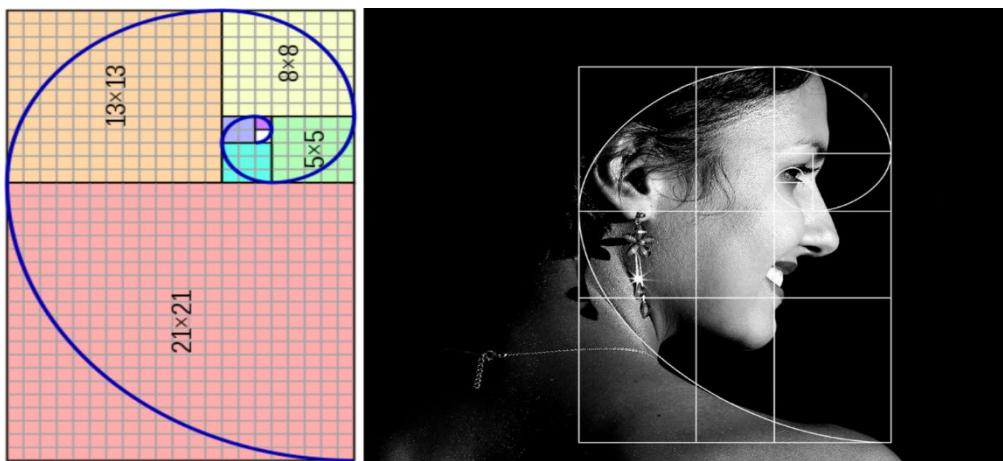


Рис. 2. Суть – у нас есть прямоугольник. В нём нужно выделить квадрат. В оставшемся прямоугольном куске нужно снова выделить квадрат. В новом маленьком прямоугольнике снова выделяем квадрат и т. д. Через все квадраты можно провести округлую линию, которая сложится в спираль. В её центре – основной акцент картины, снимка

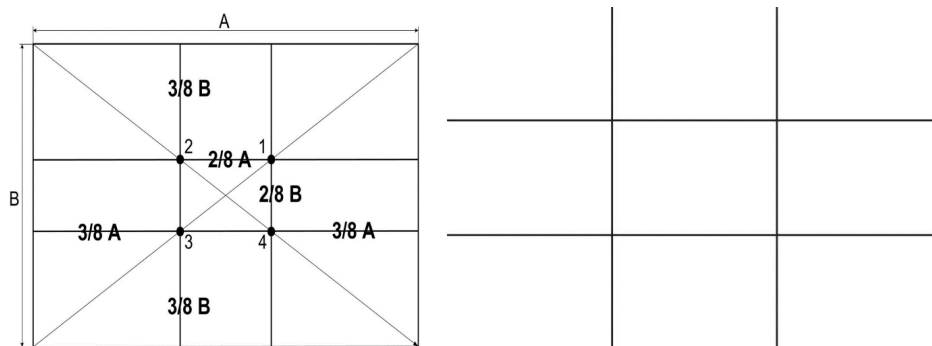


Рис. 3

Золотое сечение можно изобразить в виде спирали и сетки. Схемы золотого сечения (слева) и правила третей (справа) очень похожи. У первого они стоят чуть ближе друг к другу.

Золотые треугольники

Такой приём позволяет показать динамику. Задача фотографа – визуально провести

диагональ через весь кадр. Из незадействованных углов на диагональ нужно опустить по одной перпендикулярной линии. Затем поставьте объект:

- на одной из линий или в месте их пересечения;
- в один из треугольников.

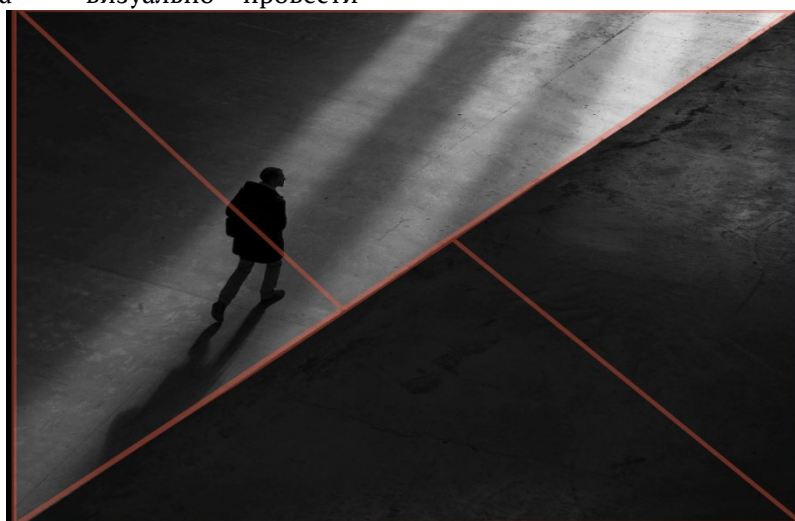


Рис. 4

Правило диагоналей

Эффект, который делает снимки динамичным. Согласно такому правилу, важные части композиции нужно размещать по диагонали. Настроение кадра можно сделать:

- более спокойным – линия направлена из левого нижнего угла в правый верхний;
- стремительными, тревожными – линия направлена из левого верхнего в правый нижний угол.

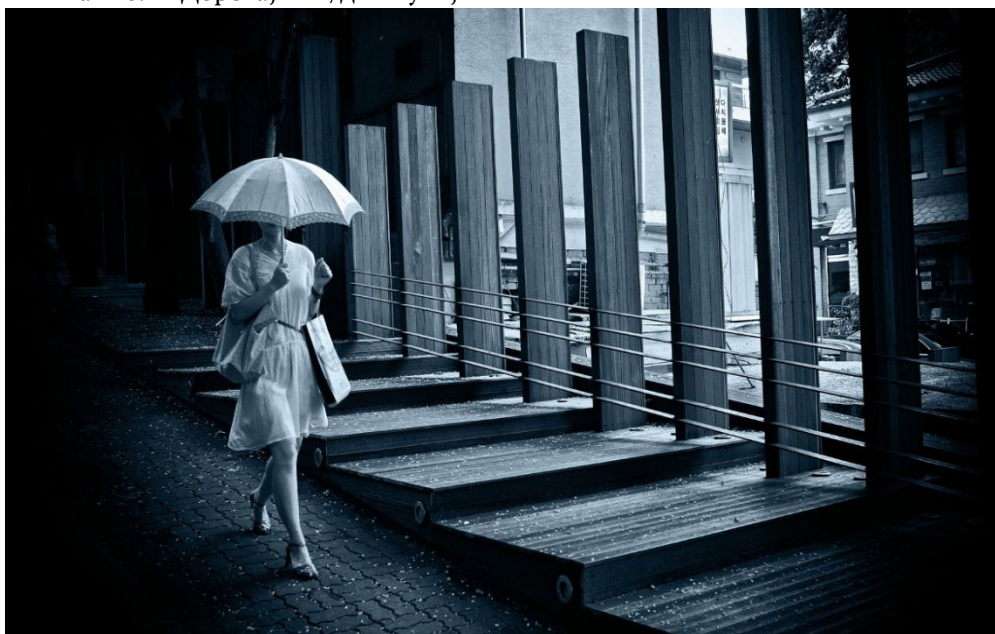


Рис. 5. Напряжённая динамика

Ведущие линии

Они отлично работают в роли направляющих, подводят зрителя к тому, на что нужно обратить внимание. Дорога, ж/д пути,

лестница, даже полотно забора – всё это может направить взгляд зрителя. Привлекательно смотрятся как прямые линии, так и изогнутые.



*Рис. 6. Линии могут привести зрителя к композиционному центру.
А могут показать, куда движется объект съёмки*

Правило нечётных объектов

Оно гласит, что на нечётном количестве людей, предметов пользователю легче сосредоточиться. А вот если их 2, 4 и т. д., то они

отвлекают внимание и выглядят даже иногда раздражающе.

Треугольники

Метод, которым пользуются при съёмке еды, украшений, декора. Портрет также можно снять с «треугольником». О чём идёт речь? О том, что на снимке можно выделить 3 вершины, важные точки. А если между ними

визуально провести линии, получится треугольник. Например, человек стоит, широко расставив ноги и подняв руку вверх. Ступни и ладонь – вершины треугольника, которые привлекают внимание.



Рис. 7. Треугольник может быть любого размера, равносторонним или нет. Но чем правильнее он, тем сильнее вызывает чувство устойчивости

Горизонт и голландский угол

«Заваленный», наклонный горизонт принято считать дефектом. Но есть случаи, когда это композиционная особенность. В этом случае камера наклоняется вбок достаточно

сильно (например, на 10 градусов и более), чтобы симитировать наклон головы. Эффект может показать динамику. Также используется для напряжённых сцен, хорошо сочетается с правилом диагоналей, ведущими линиями [3].



Рис. 8. Голландский угол в фотографии – возможность показать движение

Равновесие

На снимке можно разными способами создавать акценты. Например, крупные объекты визуально «утяжелят» область.

Ниже на рисунке наглядный пример неуравновешенной композиции. Большой объект находится в правой стороне, из-за чего композиция несбалансированная и визуально

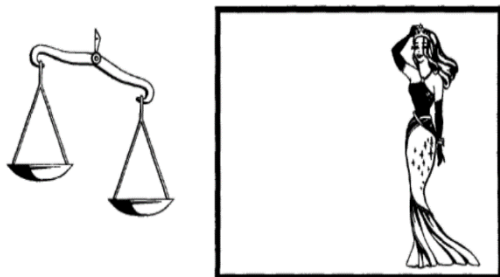


Рис. 9

Как проще всего уравновесить кадр? Очевидно, что поставить объект съёмки по центру. В этом случае не всегда будет соблюдаться правило третей. Например, если модель стоит далеко и не может дотянуться до заветных линий и точек их пересечения. В этом случае можно:

- добавить в кадр элементы, которые будут расположены на линиях или их точках пересечения. Но в этом случае есть риск отвлечь внимание от самой модели;
- пересмотреть размещение модели в кадре. Например, поставить её ближе;
- обыграть подачу, нарушив эту композиционную основу [4].

Второй способ уравновесить снимок – расположить в другой части кадра ещё один объект. Важно помнить: цвет помогает нам изменить визуальный вес предмета. Более тяжёлые: яркие, красный и его оттенки. Лёгкие: пастельные, полупрозрачные. Чёрный и другие очень тёмные чаще выглядят «легче» ярких красных, бордовых (им проще слиться с фоном).

Уравновесить композицию из двух фигур можно также движениями. Пример: одна модель подняла левую руку, а вторая – правую.

Существуют и правила, как восстановить баланс в кадре [4].

«тяжёлая» с другой стороны. Стоит ли использовать такой приём и может ли он быть достоинством, а не недостатком?

Да, например, в фэшн фотографии, чтобы показать экстравагантность, эпатажность и однозначно притянуть внимание зрителя к участку кадра, как на фотографии рядом с рисунком [4].

Если человек идёт в сторону, а перед ним нет пространства, снимок выглядит странно и вызывает дискомфорт. Особенно если за движущимся человеком есть свободное пространство. Если делаем акцент на взгляде или движении в сторону, перед лицом нужно оставить пространство. Чем больше динамики, движения (или агрессии) нужно показать, тем больше места оставляем.

Заключение

Многие классические ошибки сегодня можно назвать современным взглядом, авторской задумкой. Например, обрезанные макушки знаменитостей на страницах гляцевых журналов уже стали нормой.

Но стоит на первых порах обойтись без обрезанных частей тела, заваленного горизонта и соблюдать правила композиции. Так как это поможет понять основы и компоновать предметы в кадре. А если вы уже умеете это делать правильно и хорошо, то всегда найдётся место для экспериментов [5].

Литература

1. Проблемы композиции. Сб. науч. тр. / ред. В.В. Ванслов. – М.: Изобразительное искусство. 2000. 290 с.

2. Рошин Р.П. Композиция как учебная дисциплина // Наука и школа. 2018. № 2. С. 80–83.

3. Пурик Э.Э., Шакирова М.Г., Ахмадуллин М.Л. Развитие художественно-творческих способностей студентов в процессе изучения композиции // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2018. № 4(26). С. 144–149.

4. Абросимова Н.В. Правила перспективы и «золотое сечение» в фотографии как инструменты развития композиционного мышления

// Царскосельские чтения. 2016. № XX. С. 138–140.

5. Осадчий, В.В. Многофакторная модель в коммерческой финансовой системе [Текст] / В.В.Осадчий // Журнал прикладных исследований. - 2021. - Т. 3. - № 3. - С. 12-16.

6. Лавринова Н.Н. Фотография в современном культурном пространстве // Colloquium-journal. 2019. № 22(46). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fotografiya-v-sovremennom-kulturnom-prostranstve>

VILKOVA Polina Vladimirovna

Photographer, Russian University of Economics named by G.V. Plekhanov,
Russia, Saratov

COMPOSITION BASICS

Abstract. *The basics of composition are important in photography, architecture, and painting. They help make a work of art harmonious and pleasing to the eye. Yes, to attract attention and bold accents, these rules can be broken. But it is customary to follow them as standard. After all, it is thanks to them that the image turns out to be harmonious and aesthetically attractive. The article discusses the basics of artistic composition, since the arrangement of objects in the frame is very important. It determines which object will be the first to “hook” the viewer and what sensations he will experience.*

Keywords: *composition, rule of thirds, Fibonacci golden ratio, golden triangles, rule of diagonals, leading lines, rule of odd objects, balance.*

ВИЛКОВА Полина Владимировна
фотограф, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
Россия, г. Саратов

ПРАВИЛО ЗОЛОТОГО СЕЧЕНИЯ В ФОТОГРАФИИ

***Аннотация.** Любой фотограф, начинающий или профессионал, стремится создать фотографию с пропорциональной и эстетичной композицией. Без сомнения, работа с фотографией – это креативный процесс, но и в нем имеются определенные правила и образ мысли. Они не являются непреложными, и зачастую в наши дни их игнорируют для создания необычных снимков в стиле авангард. Но для того чтобы эти законы игнорировать или обыгрывать и не получить в результате простую «мазню», стоит их уметь применить. Для этих целей служит правило золотого сечения в фотографиях.*

***Ключевые слова:** фотография, золотое сечение, золотая спираль, кадр.*

Основная часть

В далеком 1200 году великим итальянским математиком Леонардо Фибоначчи был обнаружен феномен, названный им «божественная пропорция», по-другому «золотое сечение». Он каким-то чудом первый заметил, что у природы есть свой особый дизайн, схема, которую человеческому глазу невероятно приятно наблюдать.

Это правило состоит в верном расположении соотношения сторон, а точнее $1:1,618$. Данным методом пользовались художники еще во времена Ренессанса, создавая свои удивительные и яркие картины, которые благодаря следованию данному правилу выглядят очень естественно и органично [1].

Золотое сечение в фотографии состоит из нескольких схем. Первое – это сетка Фибоначчи, второе – спираль Фибоначчи. Схемы с использованием спирали в том, что при осмотре фотографии человеческий взор будет мягко двигаться вдоль фотографии, не напрягаясь для рассмотрения деталей. Таким образом, композиция фотографии будет гармоничной и естественной, приятной для просмотра. Сетка же разделяет кадр на 9 частей, двумя линиями

вдоль и двумя поперек. Суть ее состоит в том, что горизонт стоит размещать в одной из получившихся третей, а не посередине кадра. Таким образом на картинке должно быть две трети неба либо две трети земли. Тот же объект, на котором планируется сконцентрировать внимание зрителя, стоит располагать на пересечениях полос. Таким образом, получившийся кадр будет также гармоничен и приятен для взгляда. По сути, главное отличие правила золотого сечения и правила третей в фотографии – то, что параметры в первом случае $1:0.618:1$, а во втором – $1:1:1$. Проще говоря, правило третей – это упрощенное правило золотого сечения. Данное мнение было высказано в 1797 году. Именно тогда стало понятно, что фотография или картина, с точки зрения композиции, по данным правилам выглядит наиболее глубинной и затрагивающей душу. Художник или фотограф таким образом концентрирует внимание на действительно важных вещах, позволяя даже непросвещенному человеку увидеть то, что и хотел показать автор.

Ниже представлен пример схемы золотого сечения [3].

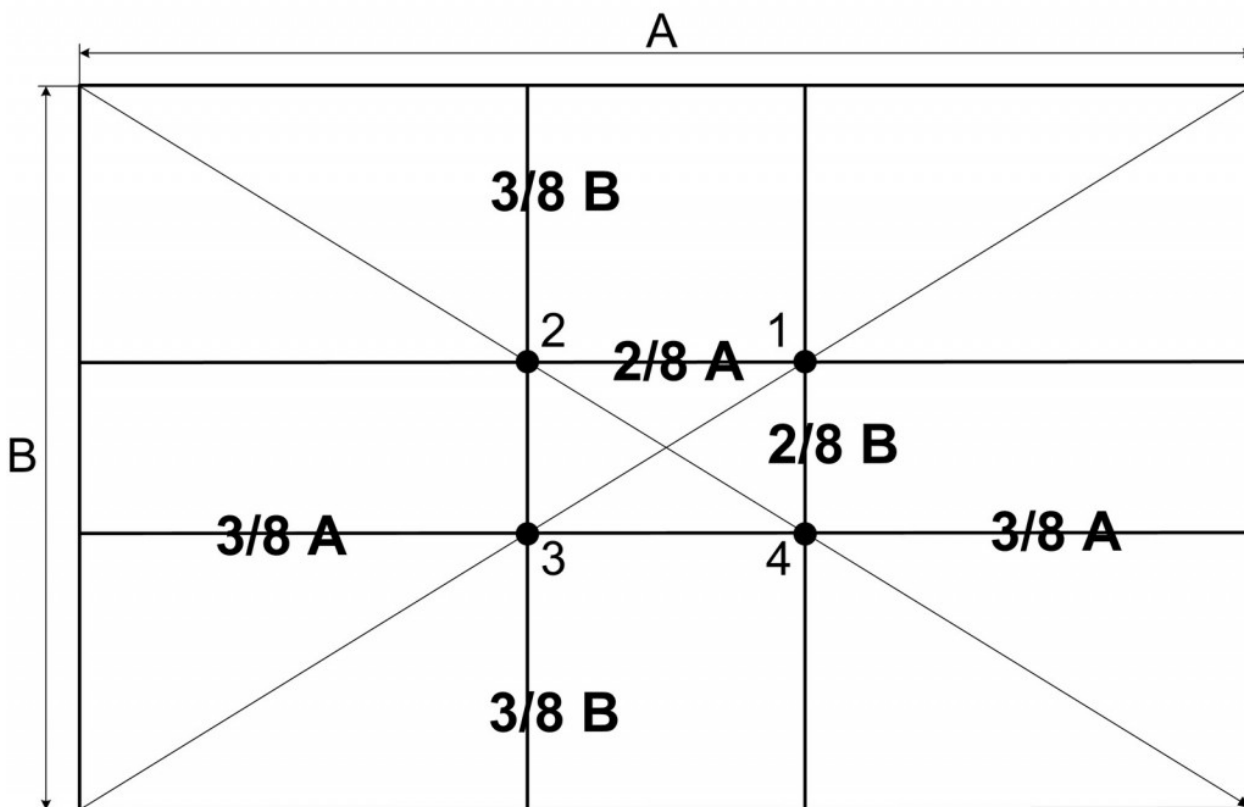


Рис. 1

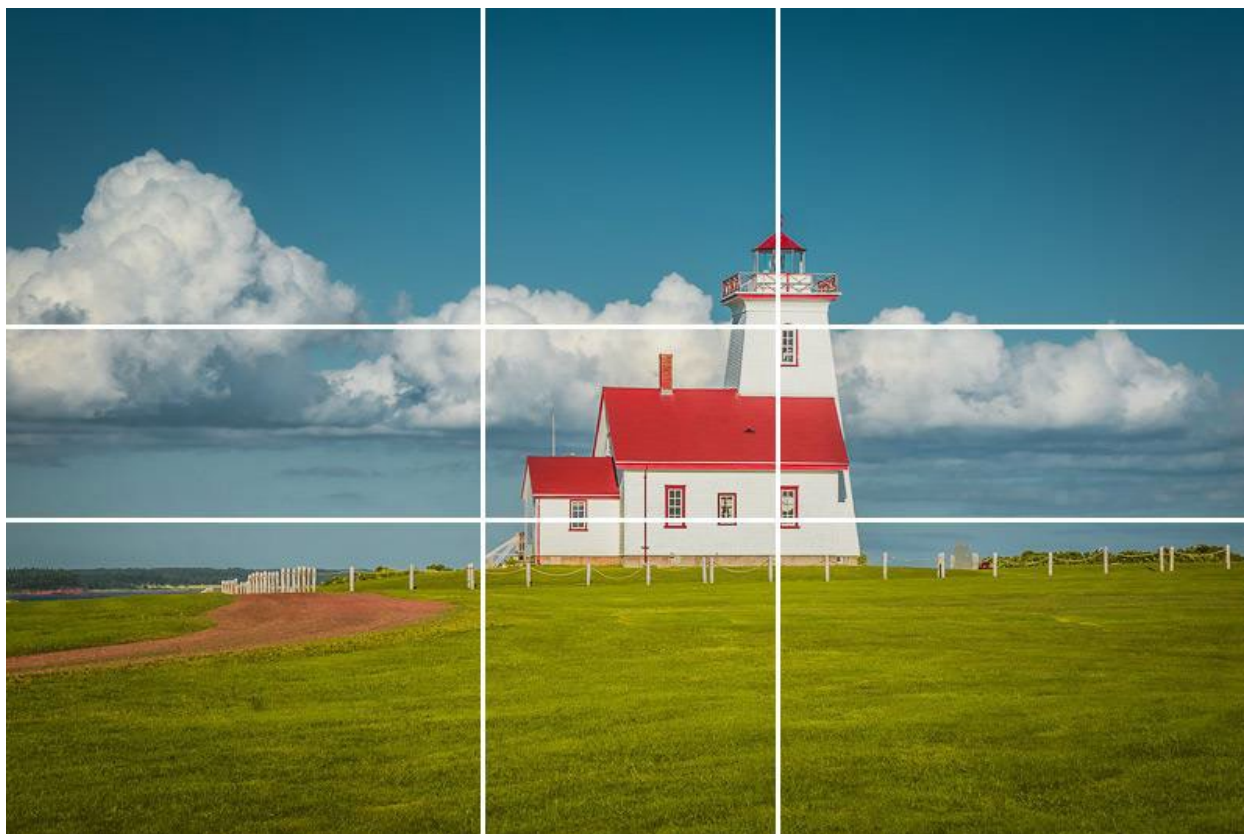


Рис. 2

Эти правила появились не просто так. Проведя множество исследований, люди стали понимать, что человеческому взгляду проще и приятней сконцентрировать на одной из точек

пересечения. Именно тогда объект, на который хотят обратить внимание художники либо фотографы, привлекает к себе наибольшее

внимание, нежели если бы он располагался по середине кадра [3].

Для лучшего понимания правила золотого сечения в фотографии стоит знать: чтобы сконцентрировать внимание на переднем плане фотографии, стоит расположить кадр таким образом, чтобы две трети его охватывали землю, если же акцент должен быть на облаках либо предмете в небе, стоит две трети кадра занять изображением неба. Для людей, которые на глаз не могут определить, где же должны проходить необходимые деления кадра, имеется сетка на самом фотоаппарате, в основном такая сетка встречается на полупрофессиональных и профессиональных фотокамерах.

Золотое соотношение это ключ, помогает создавать композиции, которые выглядят естественно, органично и приятно для глаз. Когда мы смотрим на фотографию, которая основана на Золотом соотношении, она естественно притягивает наш взгляд к точке интереса [3].

С помощью правила третей делится рамка на две горизонтальные линии, пересекающиеся с двумя вертикальными линиями. Конечным результатом является сетка, образованная девятью прямоугольниками одинакового размера. Идея состоит в том, чтобы поместить объекты интереса вблизи или на пересечениях любой из линий [3].

Кроме того в Золотом сечении, расположение линий несколько отличается от расположения сетки третей. Прямоугольники отличаются по размеру. Верхние и нижние горизонтальные

ряды одинаковы по ширине, а средние – уже. То же самое верно для правых и левых вертикальных линий.

Такое выравнивание приводит объект интереса ближе к центру, чем по правилу Третьей [3].

Хорошим примером этого являются пейзажные фотографии. У большинства хороших пейзажей – линия горизонта расположена как раз на уровне верхней или нижней линии золотого сечения. И если попробовать обрезать изображение, то заметим, что разница не так уж и заметна. Человеческий глаз вполне способен с удовольствием воспринимать небольшие отклонения.

Часто сетку золотого сечения дополняют спиралью Фибоначчи. Это, по мнению многих, инструкции по использованию золотого сечения в фотографии, живописи и дизайне [3].

Золотая спираль – это способ визуализировать золотое сечение. Это спираль, имеющая размеры золотого сечения. Расположив важные композиционные элементы вдоль золотой спирали, вы получите красивые и плавные изображения – они уведут зрителя в путешествие вокруг изображения [3].

Располагая смысловой центр в точках пересечения линий золотого сечения или в месте, где спираль закручивается, упрощается восприятие фотографии и она делается более гармоничной. Второстепенные детали рекомендуется располагать таким образом, чтобы они, наоборот, не попадали в эти зоны и не перетягивали на себя внимание.

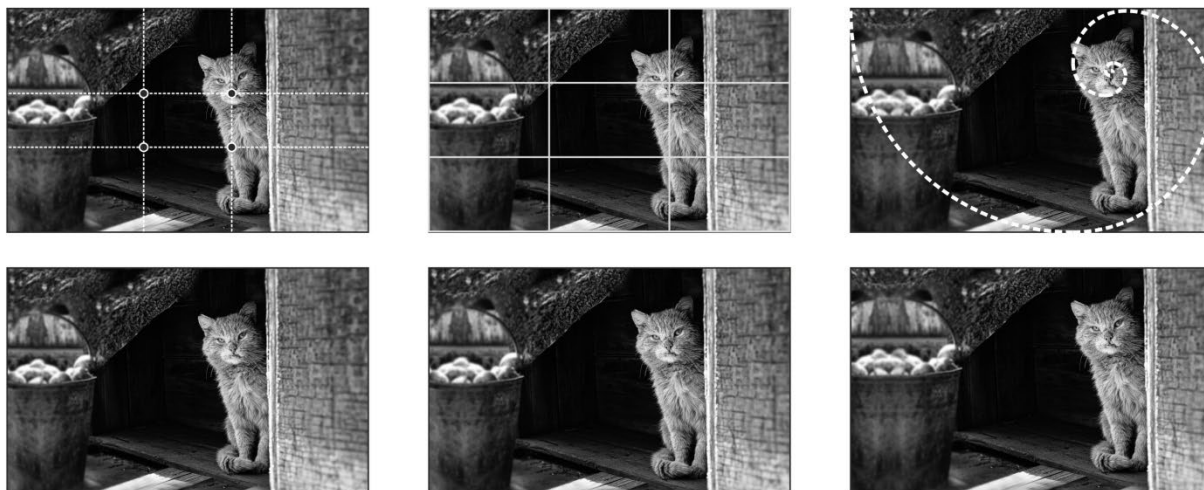


Рис. 3

Искусство – это конечно не точная наука, но если постараться, то можно притянуть эти пропорции к любому произведению. Где-то это будет явный пример, где-то нет... Но ясно одно:

пропорции, близкие к золотому сечению, дают наилучшие результаты, усиливая восприятие визуального произведения [3].

Эти пропорции уже проверены и доказаны временем и сотнями тысяч творческих людей. Фотографы, художники, дизайнеры и архитекторы каждый день задействуют золотые пропорции в своей работе [2].

Использование таких правил, может не быть обязательным, а носит скорее рекомендательный характер, но полезным для достижения целей. Высчитывать миллиметры в надежде сделать творчество золотым, наверное, не стоит, но и забывать о приятных для глаза пропорциях точно не нужно. Как это делать правильно, каждый решает сам: существует множество приёмов работы с психологией восприятия, которые могут вывести работу на новый уровень. Ведь вдохновение и желание создать что-то уникальное нельзя заглушать. Таким образом, стоит помнить, что, изучив правило золотого сечения в фотографии, не стоит бездумно его использовать везде и всюду. Порой самый лучший кадр – это тот, который создан по наитию и вопреки всем правилам. Но лишь зная, как применять их на практике, можно поддаться творческому порыву и создать удивительные кадры [4].

Заключение

Гармоническая пропорция напрямую связана с правилом третей – другой неотъемлемой

схемой для работы с визуалом. По сути, оно продолжает золотое сечение так же, как, например, фотография рождается из художественного творчества.

Основное различие заключается в соотношении сторон. Так, в принципе третьей кадр разделяется на 3 одинаковые части, а в божественной пропорции он делится на 1:0.618:1.

Сегодня большинство камер, в том числе и в смартфонах, имеет разлинованную сетку третей, что позволяет пользователям гармонично выстраивать композицию из фото и видео [4].

Литература

1. Майкл Фриман «Взгляд фотографа», 2002г.
2. Борис Крупник «Свет наше всё и композиция», 2008г.
3. Федор Ковалев «Золотое сечение в живописи», 2010г.
4. Осадчий, В.В. Многофакторная модель в коммерческой финансовой системе [Текст] / В.В.Осадчий // Журнал прикладных исследований. - 2021. - Т. 3. - № 3. - С. 12-16.
5. Генри Форд «Моя жизнь, мои достижения», 2005г.

VILKOVA Polina Vladimirovna

Photographer, Russian University of Economics named by G.V. Plekhanov,
Russia, Saratov

GOLDEN RATIO RULE IN PHOTOGRAPHY

Abstract. *Every photographer, beginner or professional, strives to create a photograph with a proportional and aesthetic composition. Without a doubt, working with photography is a creative process, but it also has certain rules and ways of thinking. They are not set in stone and are often ignored these days to create unusual avant-garde shots. But in order to ignore or beat these laws and not end up with a simple “daub,” you need to be able to apply them. For these purposes, the golden ratio rule in photographs is used.*

Keywords: *photography, golden ratio, golden spiral, frame.*



10.5281/zenodo.10774956

ЛАВРОВА Алина Геннадьевна
фотограф, Россия, г. Москва

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ И ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТРЕНДОВ В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ ФОТОГРАФИИ

Аннотация. В данной статье рассматривается актуальность исследования технологических инноваций и художественных трендов в области современной фотографии. Влияние технологических изменений на процесс создания и эстетику фотографического искусства, а также взаимосвязь с социальными, культурными и философскими идеями являются основными вопросами исследования. Цель работы – комплексный анализ современных трендов в фотографии, определение и оценка влияния технологических достижений на фотографическое искусство и прогнозирование его перспективных направлений развития.

Ключевые слова: технологические инновации, современное искусство, фотография, художественные тренды, культурное влияние, эстетика, методы создания, глобализация.

Актуальность темы исследования технологических инноваций и художественных трендов в современном искусстве фотографии обусловлена рядом факторов, влияющих на развитие этого направления искусства, а также на восприятие и ценности современного общества. Современное искусство фотографии неразрывно связано с технологическими инновациями, включая развитие цифровых технологий, программного обеспечения для обработки изображений, новых методов печати и презентации работ. Исследование этих аспектов позволяет не только понять, как технологии изменяют сам процесс создания искусства, но и оценить их влияние на визуальный язык и эстетику фотографических работ. Современное искусство характеризуется постоянным поиском новых форм, методов и смыслов. В фотографии это проявляется через эксперименты с жанрами, стилями, темами и концепциями. Изучение художественных трендов в современной фотографии позволяет проследить, как

изменяется визуальный язык, какие социальные, культурные и философские идеи находят отражение в фотографических работах.

Целью исследования является комплексный анализ современных тенденций в фотографии, выявление и оценка влияния последних технологических достижений на развитие фотографического искусства, а также определение перспективных направлений его эволюции в контексте глобализирующегося мира и изменяющихся культурных парадигм.

Возникновение фотографии стало ключевым моментом, оказавшим глубокое влияние на мировую культуру. Это событие открыло перед обществом уникальные возможности зафиксировать мир в его многообразии, делая видимым то, что раньше было скрыто от глаз.

Фотография стала основой для развития новых форм искусства, таких как кино, световая живопись и другие, расширяя границы культурного взаимодействия с реальностью.

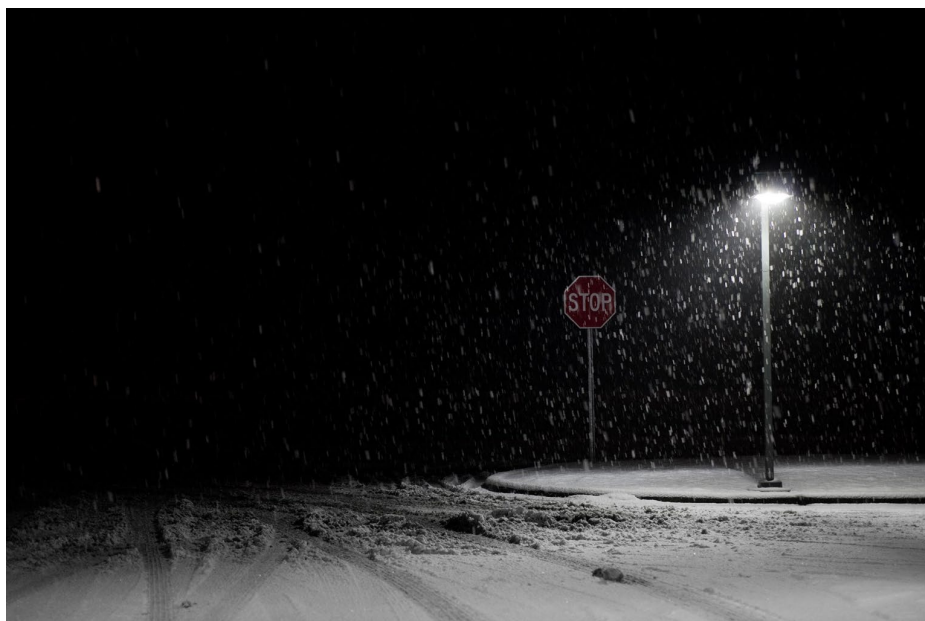


Фото 1. «STOP» Алина Лаврова 2006

Фотография играет важную роль в развитии изобразительного искусства, служа эталоном и источником вдохновения. Еще од изобретения фотокамеры в привычном значении этого

слова, начиная с камеры Обскура, изображения, создаваемые с ее помощью, становились основой для живописи.

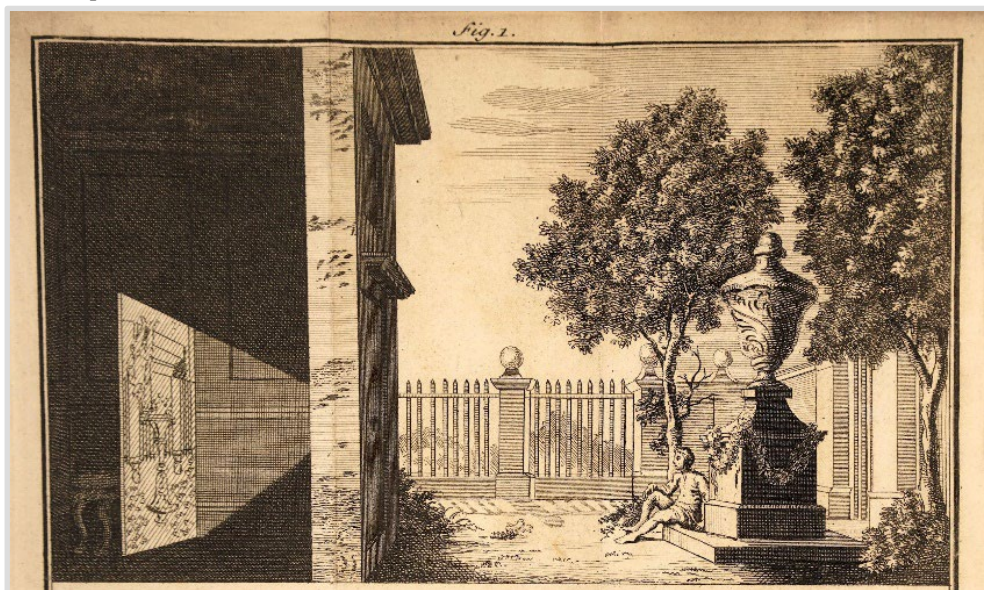


Рис.

С развитием фотографии изобразительное искусство обогатилось новым пониманием света, цвета и перспективы, формируя новые эстетические и визуальные языки [1, с. 109].

Фотоискусство также влияет на культуру, выявляя и фиксируя изменения и тенденции в обществе. Фотография позволяет зафиксировать мгновения, открывая новые аспекты в исследованиях различных областей, от истории до естествознания. Это делает фотофиксацию незаменимым инструментом для анализа динамических процессов.

Кроме того, исследование мира через фотографию способствует формированию новых эстетических взглядов и понимания красоты. Правила композиции, такие как золотое сечение, лежат в основе создания гармоничных и привлекательных изображений, способствующих эстетическому удовольствию и духовному обогащению человека. Фотография, таким образом, не только документирует реальность, но и предлагает уникальный взгляд на мир, обогащая культурный опыт общества.

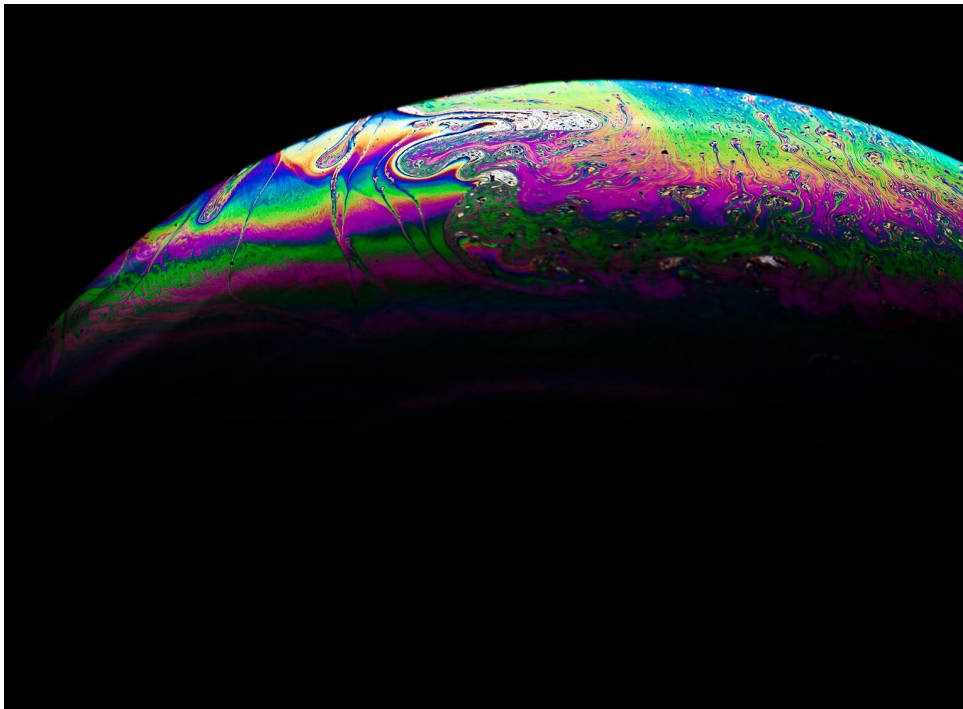


Фото 2. «Планета» Алина Лаврова 2010

На Втором Российском культурологическом конгрессе А. М. Панченко выразила мысль, которая заслуживает особого внимания. Она утверждала, что фотография проникает в самые разные уголки человеческого опыта, обогащая и разнообразя культурное пространство. По мнению Панченко, это искусство выходит за

рамки одной сферы, становясь значимым фактором в широком диапазоне человеческой деятельности. Фотография не просто отражает современные тенденции, но и активно участвует в их формировании и развитии, внося свой вклад не только в культуру, но и в другие аспекты нашей жизни.



Фото 3. «Сомнения» Алина Лаврова 2009

Современное фотоискусство играет ключевую роль в арсенале искусств, оказывая глубокое влияние на эмоциональное и эстетическое восприятие как отдельного человека, так и общества в целом. Оно раскрывает неочевидную красоту повседневного мира, пробуждая у людей стремление к духовному росту и моральному самосовершенствованию.

Фотография также выполняет важную психологическую функцию, создавая мост между подсознательным и сознательным,

способствуя эмоциональному обмену между людьми. Это искусство умеет концентрировать внимание на определенных вопросах или идеях, что делает его ценным инструментом в психотерапии и помогает переосмыслить прошлые переживания. Через фотопортреты можно исследовать скрытые аспекты человеческой психики, делая фотографию мощным средством для воздействия на психологическое состояние и коррекцию поведения.



Фото 4. «Старшина» Алина Лаврова 2013

Исследование технологических инноваций и художественных трендов в современной фотографии охватывает широкий спектр аспектов, от развития цифровых технологий до эволюции визуального языка и концептуальных подходов в искусстве [2, с. 47].

Технологические инновации в современном искусстве фотографии включают в себя:

1. Цифровая революция. Изучение влияния цифровых камер, смартфонов и софта на фотографию, включая возможности постобработки и манипуляции. Исследование технологических инноваций и художественных трендов в современном искусстве фотографии изображениями.

2. Мобильная фотография. Анализ растущего тренда мобильной фотографии и её

влияния на профессиональное искусство и повседневную практику.

3. Искусственный интеллект. Изучение роли ИИ в создании и редактировании фотографий, включая автоматическую коррекцию, генерацию изображений и алгоритмическое искусство.

4. Виртуальная и дополненная реальность. Оценка влияния VR и AR на представление и восприятие фотографических работ, создание иммерсивных визуальных опытов.

Исследование технологических инноваций и художественных тенденций в современном искусстве фотографии представляет собой комплексный анализ, охватывающий как бурное развитие технических средств, так и многообразие творческих подходов. С цифровой революцией, которая кардинально изменила

способы создания и распространения изображений, фотография стала более доступной и многогранной. Современные технологии, включая мобильную фотографию и искусственный интеллект, расширили границы традиционного искусства, позволяя создавать сложные и выразительные работы. В то же время, виртуальная и дополненная реальность открывают новые возможности для иммерсивного взаимодействия с фотографическими произведениями [3, с. 82].

На уровне художественных практик современная фотография демонстрирует огромное разнообразие тем и подходов. Документальная фотография продолжает играть ключевую роль в освещении глобальных событий и социальных вопросов, в то время как концептуальная фотография использует изображения для

исследования сложных философских и культурных идей. Абстракция в фотографии позволяет авторам отходить от привычного восприятия реальности, исследуя форму, цвет и текстуру, тем самым открывая новые пути для визуального исследования. Социально-политическая фотография, в свою очередь, подчеркивает важность визуального искусства как средства коммуникации и активизма.

Методологически исследование включает в себя анализ конкретных кейсов, интервью с профессионалами и экспертами, а также анализ текущих трендов и выставок. Это позволяет не только оценить текущее состояние сферы фотографии, но и проследить динамику ее развития, выявить ключевые факторы влияния и предсказать возможные направления будущего развития [4, с. 854].



Фото 5. «Закат в Национальном парке» Алина Лаврова 2024

Творческие возможности фотографии в культуре и обществе практически безграничны и напрямую связаны с мастерством и воображением фотохудожника. Восприятие эстетической стороны фотографии различается у каждого человека и зависит от его личных качеств и уровня развития. Художественная фотография способна мастерски манипулировать эмоциями зрителя, подобно виртуозному иллюзионисту, способному одновременно вызвать

противоположные чувства. Примером может служить социальная фотография, где снимок спасения ребенка на фоне погибших родителей может вызвать как глубокую печаль, так и чувство радости от спасения жизни. Аналогично, красивые изображения, демонстрирующие последствия экологических катастроф, могут одновременно вызывать восхищение и чувство отвращения [5, с. 82].



Фото 6. «Свобода» Алина Лаврова 2013

Таким образом, фотография служит не просто расширением человеческого взгляда, она предоставляет уникальную возможность видеть мир глазами других, переживать различные моменты и перспективы. Это искусство позволяет не только фиксировать текущий момент или возвращаться к прошлому, но также исследовать разнообразные восприятия и понимания реальности. Поэтому привычный закат может не вызывать глубоких эмоций, в отличие от необычного вида на него, например, с высоты птичьего полета, который может породить богатый спектр чувств и размышлений. В контексте познания мира, такое восприятие подчеркивает важность рационального анализа и критического мышления, предпочитая их иррациональному и интуитивному осмыслению, что соответствует традиционному научному подходу к изучению окружающего мира.

Литература

1. Гук А.А. Перспективное совмещение как художественная стратегия и способ искусства современной репортажной фотографии (на материале международных фотоконкурсов «35AWARDS») // Визуальные искусства в современном художественном и информационном пространстве: сб. науч. статей. – Вып. 5. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2020. – 285 с.
2. Екимов Е.П. Фотография как часть художественной культуры: к проблеме креативного потенциала феномена // Культура и цивилизация. – 2018. – Том 8. № 1 А. – С. 43-51.
3. Кольцова А.М. Фотография как феномен культуры постмодерна // Альманах современной науки и образования. – 2017. – № 7. – С. 80-89.
4. Сколота З.Н. Современное искусство: формы и технологии / З.Н. Сколота // Молодой ученый. – 2013. – № 11 (58). – С. 852-856.
5. Сонтаг. С. О фотографии. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2019. – 272 с.

LAVROVA Alina Gennadievna
photographer, Russia, Moscow

A STUDY OF TECHNOLOGICAL INNOVATIONS AND ARTISTIC TRENDS IN THE CONTEMPORARY ART OF PHOTOGRAPHY

Abstract. *This article examines the relevance of the study of technological innovations and artistic trends in the field of modern photography. The impact of technological changes on the process of creation and aesthetics of photographic art, as well as the relationship with social, cultural and philosophical ideas are the main research issues. The purpose of the work is a comprehensive analysis of modern trends in photography, identification and assessment of the impact of technological advances on photographic art and forecasting its promising areas of development.*

Keywords: *technological innovations, contemporary art, photography, artistic trends, cultural influence, aesthetics, methods of creation, globalization.*

МОРОЗОВА Елена Александровна

старший педагог, канд. техн. наук, доцент,
Самарский государственный технический университет, Россия, г. Самара

ФУРСОВ Владимир Ильич

ученик, Дом научной коллаборации имени Семёнова Н. Н, Лицей «Технический»,
Самарский государственный технический университет, Россия, г. Самара

РАЗВИТИЕ ПРОБИРНОГО НАДЗОРА В КЛЕЙМЕНИИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В РОССИИ

***Аннотация.** В статье рассмотрены этапы развития клеймения ювелирных изделий из драгоценных металлов в России от «монетной реформы» Петра I до настоящего времени.*

***Ключевые слова:** пробирный надзор, клеймение, золотниковая система проб, метрическая система проб, государственное пробирное клеймо, именник.*

Авторский коллектив. Автором данной статьи является учащийся 3 класса, занимающийся в созданном на базе Самарского государственного технического университета Доме научной коллаборации им. академика Семёнова Н. Н. по программе «Драгоценные металлы и минералы». Исследования, представленные в данной работе, были проведены автором статьи на кафедре «Материаловедения, порошковой металлургии и наноматериалов» под руководством руководителя программы, к.т.н., доцента Морозовой Е. А.

На современных ювелирных изделиях Территориальным органом Федеральной пробирной палаты в настоящее время проставляется оттиск государственного пробирного клейма и именника. Анализ наличия этих клейм достаточно широко представлен как в работах студентов СамГТУ, так и их коллег [1-3]. Однако, на наш взгляд, в литературе практически

отсутствует материал по развитию пробирного надзора в России.

Цель работы – проанализировать основные этапы пробирования драгоценных металлов в Российском государстве.

В силу ряда исторических событий, значения пробы и особенности клеймения на Руси появились значительно позже, чем в других странах [4]. Можно сделать утверждение, что пробирный надзор в Российском государстве существует с XVII века. Самое раннее клеймо, обнаруженное на серебряных изделиях, датируется 1651-1652 гг. На клейме изображался двуглавый орел с опущенными крыльями (рис. 1). Первые русские клейма, которые часто называли московскими, имели одну цель – удостоверить доброкачественность металла. И это не было понятием пробы в ныне принятом современном смысле слова.



Рис. 1. Пример первого московского клейма с двуглавым орлом 1651-1652 гг.

Клеймение ювелирных изделий из драгоценных металлов официально началось с указа Петра I «Об усилении для пробы золотых и серебряных вещей пробирных клейм, о переписке золотых и серебряных рядов и лавок, о выборе старост для надзора за торговыми и мастеровыми людьми для клеймения золотых и серебряных вещей со взятием пошлины», датированного 1700 г. [4].

В указе отмечено, что «серебряных дел мастера» должны были изготавливать изделия по чистоте сплава равные «Любскому ефимке». Следует напомнить, что в те далекие времена, серебро и золото в Россию преимущественно ввозили из Европы – наша страна не обеспечивала в тот период себя драгоценными металлами. За образец для сравнения и определения качества серебра были взяты иностранные талеры, носившие на Руси название «ефимок». Названный указ устанавливал 4 пробы для золота и серебра, которые определялись весьма приблизительно:

Первая – выше червонного;

вторая – против червонного;

третья и четвертая – ниже червонного.

Со временем в России вводятся цифровые пробы (обозначающие количество чистого драгоценного металла в сплаве). Так, золотниковая система проб (которая была исключительно русской системой) официально введенная в России в 1711 году для серебряных сплавов, содержала 4 значения золотников: **62, 68, 84 и 88**.

Для золотых сплавов с 1733 года узаконены тоже 4 золотника: **56, 72, 82 и 92**.

Одной из единиц изменения массы в древние времена был фунт, равный примерно 450г. В принятой системе содержание драгоценного металла (золота или серебра) определялось количеством золотников в одном фунте сплава. 1 золотник – 4,5 гр., 1 фунт – 96 золотников. Что показывала, например, 56 проба для золота? Т. е. на фунт (а это 96 золотников) приходится 56 золотников чистого золота и 40 золотников легирующих элементов – лигатуры. $56+40=96$.

После утверждения золотниковой системы проб на Руси изменяется и внешний вид клейм:

- государственное клеймо в виде двуглавого орла претерпевает изменения. После принятия золотниковой системы проб, а особенно для золотых изделий наряду с московскими цехами ювелирный промысел развивается в Петербурге, Великом Устюге, Костроме, Гродно, Иркутске и ряде других городов. С 1733 года в качестве государственного клейма вместо двуглавого орла утверждается городское клеймо.

- годовое клеймо с указанием даты изготовления;

- клеймо мастера, состоящее из 2-х или 3-х букв имени;

- клеймо пробирного мастера.

В качестве иллюстрации рассмотрим клеймо на антикварной ложечке (рис. 2, а и рис. 2, б)



(а)

(б)

Рис. 2. (а, б) Клеймо на антикварной серебряной ложке

Следует отметить, что с момента создания и до смены системы проб, значения проб в золотниковой системе претерпевали существенный ряд изменений. Платиновые и палладиевые изделия клеймению не подвергались.

1861 год вносит очередные изменения в клеймения ювелирных изделий. Известные



ювелиры и золотых дел мастера (Карл Фаберже, Павел Сазимов, Павел Овчинников, Иван Хлебников, Семен и Михаил Грачевы) были удостоены чести на своих изделиях проставлять Гарантийное клеймо Российской империи в виде двуглавого орла с указанием своей фамилии (рис. 3).



Рис. 3. Примеры клейм-именников фабрик-поставщиков

Рассмотрим дальнейшую хронологию использования клейм

В 1899 г. по всей России вводится Новый пробирный устав, устанавливающий знак удостоверения в виде клейма с изображением женской головы в кокошнике, повернутой

влево. С 1908 года узаконивается клеймо в виде той же женской головы в кокошнике, но обращенной вправо и каждому пробирному округу присваивается шифр в виде букв греческого алфавита (рис. 4).



Рис. 4. Пример государственного пробирного клейма на серебряном изделии, апробированного Московским пробирным управлением

Метрическая система проб, действующая на территории Российской Федерации и по настоящее время сменила золотниковую в 1927 году (указом от 27 июня). Что показывает, например, 585 проба для золотых изделий? Т. е. на 1 кг ювелирного сплава приходится 585 г чистого золота и 415 г лигатуры.

В знаке удостоверения на смену изображения женской головы в кокошнике приходит рельефное изображение головы рабочего с молотом и в 1958 году вводится новый знак удостоверения в виде серпа и молота на фоне пятиконечной звезды.

В настоящее время общее количество проб для изделий из драгоценных металлов

установлено с 2016 года и утверждено Федеральной пробирной палатой (ФПП):

- для золотых сплавов 375, 500, 583 (допускается), 585, 750, 875, 916, 958, 999;
- для серебряных сплавов 800, 830, 875, 925, 960, 999;
- для платиновых сплавов 585, 850, 900, 950.

Согласно требованиям ФПП на современных ювелирных изделиях, выпускаемых на территории РФ для продажи, должны стоять 2 клейма:

- Государственное пробирное клеймо, содержащее информацию шифра

территориального органа, знака пробирного удостоверения и знака пробы.

- Именник, указывающий год изготовления, шифр территориального органа и знак завода-изготовителя.

Автор статьи анализирует наличие клейм на современном изделии с помощью оптического металлографического микроскопа МБС-10 с большой глубиной фокуса (рис. 5).



Рис. 5. Автор статьи проводит исследования на МБС-10

Таким образом в работе рассмотрена хронология развития пробирного надзора и клеймение ювелирных изделий в России.

Литература

1. Семенова Е.Ю., Розова К.А., Морозова Е.А. Ювелирные изделия, изготовленные из серебра. Установление подлинности и фальсификации // Актуальные исследования. 2020. №1 0 (13). Ч. 1, С. 40-44.

2. Морозова Е.А., Абрамова О.К. Методы клеймения ювелирных изделий // Актуальные исследования. 2021. № 51 (78). С. 45-48.

3. Лепотина А.А., Морозова Е.А. Клеймение ювелирных изделий, изготовленных из золота // Актуальные исследования. 2020. № 12 (15). С. 7-9.

4. Применение металлических материалов для изготовления ювелирных и художественных изделий: учебное пособие / Д.В. Закамов, Е.А. Морозова, В.С. Муратов. – Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2021. –130 с.

MOROZOVA Elena Alexandrovna

Senior Teacher, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
Samara State Technical University, Russia, Samara

FURSOV Vladimir Ilyich

Student, Lyceum "Technical", Samara State Technical University, Russia, Samara

DEVELOPMENT OF ASSAY SUPERVISION IN JEWELRY BRANDING IN RUSSIA

Abstract. The article examines the stages of development of jewelry branding made of precious metals in Russia from the "coin reform" of Peter the Great until the present.

Keywords: assay supervision, branding, spool system of samples, metric system of samples, state assay stamp, nameplate.

УХАНЬ Михаил Юрьевич

иконописец, реставратор,

Иконописная школа при Тобольской духовной семинарии, Россия, г. Тобольск

ПРИМЕНЕНИЕ МНОГОСЛОЙНЫХ ПОКРЫТИЙ В ЗАЩИТНО-ДЕКОРАТИВНОМ ЗОЛОЧЕНИИ

Аннотация. *Золочение (золотить) – технологический процесс и методика покрытия декоративных изделий, столовых приборов, вещей и иных предметов или сооружений тонким слоем металлического или сусального золота – позолотой – в художественно-прикладном и декоративном творчестве, в иконографии, в геральдике, в ювелирном производстве, в зодчестве и реставрационных работах, с целью придания им богатого или роскошного декоративно-эстетического вида, и в некоторых случаях – с целью защиты от разрушения и окисления (коррозии) покрываемой золотом поверхности или основы.*

Ключевые слова: *гальванические покрытия, бестоковый потенциал, многослойные покрытия в защитно-декоративном золочении, пористость многослойных покрытий.*

Основная часть

Наша страна – поистине неиссякаемый родник народного творчества, воплотившегося в промыслах и ремеслах.

Декоративно-прикладное искусство – особый вид искусства, имеющий собственную художественную образность и вместе с тем, тесно связанный с широким кругом бытовых нужд человека: это и обыденная повседневная жизнь, общественные, трудовые, культовые функции и занятия.

К декоративно-прикладному искусству относятся произведения, выполненные из самых разных материалов: традиционных – из дерева, глины, камня, ткани, стекла, металла и современных инновационных. С древности человек в создаваемых изделиях удовлетворяет не только насущные утилитарные нужды, но и свои эстетические потребности, стремясь к украшению предметов. В единстве того и другого – его сущность и специфика декоративно-прикладного искусства.

Произведения этого вида художественного творчества классифицируются функционально. В соответствии с этим выделяются две основные разновидности – собственно прикладное и декоративное, связанное с архитектурой. Декоративно-прикладное искусство классифицируется по материалу, используемому при изготовлении предметов и по технологии изготовления (роспись, резьба, ткачество, чеканка, кружевоплетение, вышивка и т.д.). Повседневная жизнь и время накладывают на предметы свой след. Вещи

ремонтровались, переделывались и исправлялись, искажались и подделывались. Многие предметы требуют восстановления. Для некоторых реставрационное вмешательство – условие возможности дальнейшего существования.

Все виды работ, проводимые на поврежденных предметах декоративно-прикладного искусства, принято называть реставрацией. Это обобщающее название включает в себя три самостоятельных комплекса работ – консервацию, собственно реставрацию и реконструкцию.

Предметы декоративно-прикладного искусства (ДПИ) поступают на реставрацию с различной степенью утраты наружного слоя золота. В зависимости от условий эксплуатации, интенсивности внешнего воздействия окружающей среды, позолота имеет различную степень сохранности. Основными факторами, влияющими на состояние поверхности изделий имеющих утрату позолоты, являются: абразивное (механическое) воздействие ветра при высоком содержании в атмосфере пыли, песка и кристаллов химических веществ; высокая влажность и агрессивный химический состав атмосферы промышленного города, способствующие протеканию коррозионных процессов позолоченных изделий из металла и, как следствие, приводящие к ухудшению или утрате декоративного вида покрытия; частые колебания температуры окружающего воздуха. Особенно заметно негативное влияние колебаний температуры около 0°C вследствие кристаллизации влаги в порах позолоты, кавернах,

раковинах основного материала памятника, приводящее к разрыву и отслоению и отрыву покрытия от основы. Увеличение срока сохранности декоративного вида является важной задачей реставрационных работ, связанных с золочением. Поэтому при восстановлении золотых покрытий памятников выполненных из металла необходимо применять специфические технологии, позволяющие воссоздать внешний вид позолоты и придать покрытию дополнительные защитные свойства. Основным мероприятием по увеличению сроков эксплуатации и повышения защитно-декоративных свойств электрохимических покрытия является применение многослойных покрытий [2].

В качестве электрохимического подслоя в многослойном покрытии под наружный слой золота может быть использован подслоя из различных металлов или сплавов. Например, электрохимическая медь, никель, палладий, латунь, олово, серебро и др. Применение того или иного подслоя определяется условиями эксплуатации золотого покрытия. На практике, для предметов экстерьера, хорошие результаты по коррозионной стойкости показали многослойные покрытия типа медь-никель-золото, но технология нанесения такого типа покрытия сопряжена с трудностями обеспечения прочности сцепления поверхностного слоя золота с никелевым подслоем. Прочность сцепления позолоты с реставрируемой поверхностью можно повысить с помощью применения многослойных покрытий медь-палладий-золото.

В процессе производства изделий с золотым покрытием могут появляться дефекты, которые приводят к непроизводительной трате металла.

Металл, осаждаемый на катоде, имеет кристаллическую структуру. Также, как и при кристаллизации из расплава, образование кристаллов при гальваническом осаждении определяется процессами образования зародышей и их ростом, что обуславливается типом металла, параметрами процесса, особенно температурой, и подвижностью ионов.

Основной целью гальванического покрытия является получение прочного, достаточной толщины, с плотной структурой и с гладкой блестящей поверхностью покрытия.

Для повышения качества покрытий в электролит добавляются ингибиторы с тем, чтобы они проникли в процессе осаждения в

структуру покрытия, тормозя рост кристаллов и способствуя образованию мелкозернистости, что важно для получения блестящих поверхностей. При повышении температуры электролита усиливается подвижность ионов, концентрационная поляризация уменьшается, снижается также осаждение ингибиторов. При низкой температуре электролита, на поверхности изделия блеск не образуется и закрашивается электролитом. А при высоких температурах происходит прикипание золота на поверхность изделия и приводит к образованию темного налета. Покрытие с чисто блестящей поверхностью получают за счет добавления в электролит блескообразующих добавок [3].

Толщина покрытия зависит не только от плотности тока, но и от времени осаждения. Чем больше время осаждения, тем толще слой покрытия. От плотности тока зависит время осаждения. Чем выше плотность тока, тем быстрее происходит осаждение металла на поверхность изделия. Толщина покрытия рассчитывается по массе осажденного золота:

$$G = M \times 10000$$

$$S \times n \times p$$

G – толщина покрытия, мкм;

S – площадь изделия,

M – масса осажденного золота;

10000 – поправочный коэффициент;

n – количество изделий;

p – плотность золота,

Рабочая сила тока рассчитывается по следующей формуле: [4].

$$I = J \times n \times S \text{ см}^2$$

I – сила тока, А;

J – плотность тока, А/дм²;

n – количество изделий;

S – площадь золочения, дм²

Для каждого изделия отдельно рассчитывается сила тока в зависимости от площади покрытия. При неправильном расчете силы тока может получиться темный налет, который не подлежит дальнейшей доработке [4].

Гальванические покрытия многослойны.

Основываясь на многочисленных испытаниях, приведенных во многих работах, пригодны для гальванических покрытий кадмием, кобальтом, медью или бронзой, свинцом, никелем, серебром, оловом или сплавом олово-цинк и цинком на алюминии, меди или латуни, стали и цинке. При нанесении многослойных систем можно успешно определить толщину отдельных слоев покрытий, применяя струю соответствующего раствора на той же площади

поверхности образца. Время, необходимое для определения толщины отдельного слоя покрытия, – 2 мин общая точность испытаний составляет 15%.

Способ включает обработку многослойного гальванического покрытия, содержащего кроме внешнего слоя хрома также Си, Ni, Ni–Co, латунь или бронзу. Для воздействия на покрытие применяют кремнезем (речной песок), АБОз, стеклянные бусинки, пластики, покрытые абразивом, и другие частицы с твердостью, достаточной для деформации (образования пор, вмятин или трещин) хромового покрытия. Трещины возникают в случае высоконапряженного состояния хромового покрытия. Не исключено образование микропористости на слое хрома, если предварительно до хромирования обрабатывать абразивом подслои никеля или другого металла.

Предел выносимости деталей, покрытых никелем и прошедших отпуск при температуре 400° С, снижается на 30–45%, а износостойкость их повышается в 2–3 раза. Химическое упрочнение никелем применяется для деталей топливной аппаратуры, силуминовых корпусов гидравлических насосов, золотников и поршней гидравлических агрегатов из дуралюмина Д1. Химическое никелирование рекомендуется использовать для защиты изделий, работающих в условиях среднего и повышенного коррозионного воздействия, вместо многослойных гальванических покрытий никель – хром и медь – никель – хром.

Химический способ применяют при покрытии никелем керамики, пластмассы и других диэлектриков для создания металлической проводящей поверхности, а также для деталей из алюминия и его сплавов, титана и керамики, чтобы получить возможность паять их мягкими припоями.

Гальванические покрытия обеспечивают в тех или иных условиях защиту от коррозии, улучшение внешнего вида изделия, усиление износостойкости и являются промежуточным при нанесении многослойного покрытия [5].

Дополнительные ссылки на отраслевой стандарт возможны только для тех покрытий, к которым этот стандарт предъявляет дополнительные требования, не предусмотренные в ГОСТ 9.073-77 и ГОСТ 9.032-74 (например, определенная толщина подслоя при многослойных гальванических покрытиях применение определенных видов технологии покрытия и т. п.) [5].

Заключение

Сплавы на основе золота по своему разнообразию занимают первое место среди различных электроосаждаемых сплавов. Как правило, легирующий компонент входит в состав золотого покрытия в незначительных количествах, от десятых долей до 1–2%; в тех случаях, когда легирующий компонент входит в значительных количествах, покрытие существенно меняет свойства золота. Цели, преследуемые заменой покрытий из чистого золота на сплавы золота, сводятся к сообщению покрытию того или иного оттенка. Для этой цели в электролит вводят цианистые соли меди, никеля, серебра, кадмия, цинка и др.

Литература

1. Васильчев Д. Ю., Агафонов Д. В., Нагаев В. Н. Многослойные гальванические покрытия для реставрации позолоты исторических памятников и предметов декоративно-прикладного искусства.
2. Ермуратова С. К. Влияние рабочих параметров на свойства золотого покрытия при гальваническом осаждении, 2020 г.
3. Моисеев С. С. Технология, электролиты, оборудование, расходные материалы для осаждения покрытий драгоценными металлами из безцианистых электролитов.
4. Курносин Г. А. Химические и гальванические способы нанесения функциональных покрытий на изделия радиоэлектронной техники, Новосибирский государственный технический университет.
5. Одноралов Н. Гальванотехника в декоративном искусстве, 1974.

UKHAN Mikhail

Icon Painter, Restorer, Icon painting school at Tobolsk Theological Seminary,
Russia, Tobolsk

APPLICATION OF MULTILAYER COATINGS IN PROTECTIVE AND DECORATIVE GILDING

Abstract. *Gilding (gilding) is a technological process and technique of covering decorative items, cutlery, things and other objects or structures with a thin layer of metal or gold leaf – gilding – in arts and crafts and decorative arts, in iconography, in heraldry, in jewelry production, in architecture and restoration work, in order to give them a rich or luxurious decorative and aesthetic appearance, and in some cases, to protect the gold-coated surface or base from destruction and oxidation (corrosion).*

Keywords: *galvanic coatings, current-free potential, multilayer coatings in protective and decorative gilding, porosity of multilayer coatings.*

ПОЛИТОЛОГИЯ

ГУБУШКИН Павел Андреевич

магистрант, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Россия, г. Казань.

Научный руководитель – доцент кафедры международных отношений, мировой политики и дипломатии Казанского (Приволжского) федерального университета, доктор политических наук, доцент Большаков Андрей Георгиевич

ЦЕНТРАЛЬНОАЗИАТСКИЙ ВЕКТОР ПАРАДИПЛОМАТИИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Аннотация. Данное исследование посвящено комплексному анализу основных направлений международного сотрудничества Республики Татарстан (в контексте повышения эффективности единой внешней политики Российской Федерации) с государствами Центральной Азии.

Ключевые слова: международные отношения, парадипломатия, Татарстан, Центральная Азия, зарубежные представительства регионов, единая внешняя политика, регионализация.

Введение

Несмотря на то, что феномен парадипломатии не нов и уже достаточно изучен за рубежом, внешние связи субъектов федерации остаются сравнительно новым, но весьма перспективным направлением для России. Так, например, поворот на Восток, который произошёл во внешнеполитической стратегии нашей страны, невозможен без акцентированного участия некоторых её субъектов, таких как Приморский край. А в стремительно развивающихся отношениях с Исламским миром важное место занимает Республика Татарстан. Особую актуальность в этом направлении занимают исторически близкие к России и привлекательные своими ресурсами для других глобальных игроков государства Центральной Азии. Сохранение привилегированного статус-кво здесь находится в списке внешнеполитических задач России. Республика Татарстан имеет тесные культурные и экономические связи с этим регионом, способствующие политическому и экономическому сближению. Изучению парадипломатии Татарстана в отношении Центральной Азии и посвящена данная работа.

Основная часть

В то время как укрепление экономических связей часто упоминается в качестве основной причины таких встреч, глава правительства

Татарстана также выполняет давнюю функцию активного посредника между Россией и Центральной Азией.

Татарстан также выбрал свой собственный курс, независимый от России. После распада Советского Союза вплоть до начала 2000-х годов регион проводил активную внешнюю политику, наводя мосты со странами с мусульманским большинством, такими как Турция, Иран и Египет. Однако недавняя централизация власти, произошедшая при Владимире Путине, сократила автономию региона. Татарстан, с его тюркским и исламским происхождением, затем был преобразован в свою традиционную роль – выполнять различные функции для Москвы в более широком мусульманском и тюркском мире.

Выход на мировую арену большого числа разнообразных негосударственных игроков (акторов) является отличительной чертой современных международных отношений. Помимо транснациональных корпораций и неправительственных организаций «в игру» вступают и так называемые местные органы власти – субнациональные образования в рамках суверенных государств, такие как федеративные субъекты (единицы), штаты, города и т. д. Такой феномен в политической науке часто определяется как парадипломатия. Принято

считать, что этот термин появился в конце 70-х – начале 80-х гг. прошлого столетия, а его авторами считаются профессор университета Нью-Йорка Иво Духачек и профессор Монреальского университета Панайотис Солдатос.

В своей работе 1986 года «The Territorial Dimension of Politics: Within, Among and Across Nations» Иво Духачек даёт следующее определение парадипломатии: «Парадипломатия – это термин, который может быть использован для описания тех инициатив и действий субнациональных единиц, совершающихся вне границ их национального государства в рамках экономических, социальных и культурных контактов с иностранными государствами». В этом контексте власти провинций/регионов используют свои торговые/культурные миссии за рубежом как протопосольства или протоконсульства» [2]. Такой подход к определению термина парадипломатии был поддержан и развит в исследовании Панайотиса Солдатоса «An Explanatory Framework for the study of federated States as Foreign policy Actors». Указывается, что парадипломатия может осуществляться как в дополнение к внешней политике государства, так и отдельно от неё, и даже вступать в конкуренцию с ней [3].

Среди отечественных исследователей можно выделить Фарукшина Мидхата Хабибовича – профессора кафедры политологии Казанского Федерального Университета. По его мнению, существующие трактовки термина парадипломатия не отражают всю специфику положения субнациональных акторов международных отношений на мировой арене. Всё же, Фарукшин отмечает, что, «несмотря на возможность определенных сложностей юридического и практико-политического свойства, которые может создавать для федеративного государства международная деятельность его субъектов, в целом последняя имеет положительное значение как для самих этих субъектов, так и для федерации в целом» [14].

Внешние связи субъектов Российской Федерации оказывают весомое влияние на их социально-экономическое развитие. Федеральная власть не способна отразить все специфические особенности и потребности регионов в реализации общенациональных интересов. В пункте «о» статьи 72 Конституции РФ закреплено право совместного ведения и координация международных и внешнеэкономических связей Российской Федерации с её субъектами. Осуществляемые в русле единой

государственной внешней политики, такие связи способствуют укреплению отношений дружбы и сотрудничества России с зарубежными странами [6].

Несмотря на то, что о федерализме в российской академической среде говорить сегодня не принято, остаётся неизменным тот факт, что Россия имеет федеративную форму устройства, а её народ многонационален. Для государства таких масштабов и такого этнического разнообразия не подходит унитарная система управления, ведь централизованно представлять интересы каждого региона на международной арене сложно. Как известно, в цепи каждое из звеньев работает не только само на себя, но и на всю цепь в целом.

В 1990-е годы Татарстан стал первым регионом России, который активно развивал свою систему внешних связей, выступая на политической арене с полным пониманием своего политического суверенитета. На фоне националистических настроений, присущих многим "национальным" регионам России, Татарстан позиционировал себя как суверенное государство и субъект международного права, связанное с Российской Федерацией. В соответствии с Декларацией о Государственном суверенитете Татарской ССР и Конституцией Республики Татарстан, Татарстан акцентировал свою политическую независимость при сохранении экономической связи с Россией.

Экономические связи представляют ключевой интерес для мусульманского региона. Последние доступные данные показывают разрозненную картину с точки зрения товарооборота между субъектом Российской Федерации и республиками Центральной Азии: от 700 миллионов долларов Казахстана до 12,5 миллионов долларов Таджикистана. Президент Татарстана часто бывает окружен бизнес-делегацией во время своих визитов в регион. Независимо от того, в какую страну он отправляется, прослеживается схема с одними и теми же компаниями: производитель грузовиков «КАМАЗ» и нефтяная компания «Тафтнефть» являются основными активами Татарстана, соперничающими за влияние. Среди других компаний, о которых также часто упоминается, – ТАИФ, КМПО и «Казанские вертолеты».

Каким образом внешние связи Татарстана с Казахстаном, Кыргызстаном, Таджикистаном, Туркменистаном и Узбекистаном отражаются на влиянии России в этом регионе?

Рассмотрим нормативно-правовые аспекты отношений Республики Татарстан и этих государств.

Сотрудничество Республики Татарстан и Республики Казахстан основано на Соглашении «О принципах торгово-экономического, научно-технического и культурного сотрудничества», подписанного 25 августа 1997 года [5]. Стоит отметить, что подобные соглашения заключены со всеми рассматриваемыми нами государствами Центральной Азии. Между Российской Федерацией и Республикой Татарстан подписан договор «О разграничении предметов ведения и взаимном делегировании полномочий между органами государственной власти Российской Федерации и органами власти Республики Татарстан», исходя из интересов татарской диаспоры, проживающей в других государствах, сохранения и развития родного языка, культуры и традиций. В соответствии с договором в г. Астана было открыто Полномочное представительство Республики Татарстан. Полномочным представителем на данный момент является Валеев Денис Римзилович.

В 2001 году, в ходе визита Президента Республики Татарстан М. Шаймиева в Казахстан, был подписан Протокол о сотрудничестве между Правительством Республики Татарстан и Акиматом города Алматы. Этот протокол предусматривал развитие сотрудничества в сферах экономики, науки, техники и культуры.

В 2018 году, в ходе визита Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева в Казань, были подписаны многочисленные соглашения и меморандумы о сотрудничестве между Татарстаном и Казахстаном. Особое внимание было уделено сфере энергетики, транспорта и логистики [7].

В настоящее время, сотрудничество между Республикой Татарстан и Республикой Казахстан продолжается в различных сферах, включая экономику, науку, технику, культуру и образование. Обмен опытом и знаниями между регионами способствует развитию двустороннего сотрудничества и укреплению дружеских отношений между народами.

Сотрудничество между Татарстаном и Республикой Кыргызстан основано на аналогичном соглашении о сотрудничестве между правительствами Татарстана и Кыргызстана. Однако в Кыргызстане нет татарстанского представительства. Это не мешает Татарстану вести активный диалог по вопросам

взаимовыгодного сотрудничества, а также поддерживать контакты с татарстанской диаспорой.

Культурное сотрудничество также имеет важное значение в отношениях между Республикой Татарстан и Республикой Кыргызстан. В 2019 году в Кыргызстане прошли Дни татарского просвещения.

Широкие отношения между Россией и Кыргызстаном также повлияли на связи последнего с Татарстаном. Начало президентства Минниханова совпало с революцией 2010 года в Кыргызстане, в которой Россия сыграла ключевую роль и которая привела к свержению Курманбека Бакиева. Кыргызско-татарские отношения начались с преемника Бакиева Алмазбека Атамбаева, который считался пророссийским на бурной политической сцене Кыргызстана. Все следующие президенты Кыргызстана встречались со своим татарским коллегой, но отношения остаются скромными: торговый оборот составит около 41 миллиона долларов в 2020 году. Однако это начинает меняться, поскольку это можно интерпретировать с визитом Минниханова в Бишкек в ноябре 2021 года для участия в Кыргызско-Татарстанском бизнес-форуме.

Таким образом, сотрудничество между Республикой Татарстан и Республикой Кыргызстан имеет множество направлений и перспектив для развития.

Республика Татарстан имеет не только Соглашение о сотрудничестве с Республикой Узбекистан, но также Соглашение между Правительством Республики Татарстан и Хокимиятом Ташкентской области (Республика Узбекистан) о взаимодействии в области международных и внешнеэкономических связей в сферах торгово-экономической, научно-технической, социальной и культурной. Кроме того, в Узбекистане действует Постоянное представительство РТ, которое было открыто в соответствии с Указом Президента Республики Татарстан № УП-365 от 31 июля 1992 года и Соглашением между Правительством Республики Узбекистан и Правительством Республики Татарстан о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве от 18 февраля 1993 года. В 2005 году Постоянное Представительство Республики Татарстан было преобразовано в Представительство Республики Татарстан и аккредитовано в Министерстве внешнеэкономических связей, инвестиций и торговли Республики Узбекистан [8].

Отношения между Татарстаном и Узбекистаном были репрезентативными по сравнению с отношениями между Москвой и Ташкентом. Во время правления первого президента Узбекистана Ислама Каримова взаимодействие между обеими сторонами было минимальным несмотря на то, что с начала 90-х годов у Татарстана было представительство в Ташкенте. Изоляционистская политика Каримова оставила мало возможностей для татарской парадипломатичности. Это начало меняться с приходом к власти президента Мирзиёева в 2016 году.

В целом, сотрудничество между Республикой Татарстан и Республикой Узбекистан продолжает активно развиваться, охватывая все новые области и направления взаимодействия.

Сотрудничество между Татарстаном и Туркменистаном осуществляется на основе Соглашения между Правительством РТ и Правительством Туркменистана о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве от 28.06.2008 г. В рамках этого Соглашения Указом Президента Республики Татарстан учреждено Полномочное представительство Республики Татарстан в Туркменистане [12].

Сотрудничество Республики Татарстан с Республикой Туркменистан в основном строится на экономических отношениях. Основными направлениями сотрудничества являются энергетика, транспорт и сельское хозяйство. Туркмено-татарская торговля в основном связана с закупкой автомобилей КАМАЗ и вертолетов Ми-17, производимых в Казани, и сотрудничеством с «Тафтнефтью» и «КЕР-Холдингом» в нефтегазовой отрасли.

В октябре 2016 года во время визита Президента Республики Татарстан Р. Н. Минниханова в Ашхабад между Правительствами Туркменистана и Республики Татарстан была подписана Программа сотрудничества в торгово-экономической, научно-технической, культурно-гуманитарной и иных областях на 2017–2019 гг. А совместные рабочие группы подтверждают заинтересованность Татарстана и Туркменистана в сотрудничестве и реализации совместных проектов.

Вывод

В целом, сотрудничество Республики Татарстан с государствами Центральной Азии показывает положительные результаты и является важным вектором парадипломатии республики. Это сотрудничество укрепляет

дружественные отношения и расширяет экономические возможности для всех участников. Республика Татарстан активно продвигает свои интересы в регионе и признаётся как важный партнёр.

Литература

1. Cooperation agreement signed between Tatarstan and several regions of Tajikistan. URL: <https://tatarstan.ru/eng/index.htm/news/1427383.htm> 9. (дата обращения: 13.04.2023).
2. Ivo D. Duchacek. The Territorial Dimension of Politics: Within, Among and Across Nations. 2004. URL: <https://scholar.google.com/scholar?cluster=17756445327715785709&hl=en&oi=scholar> (дата обращения 03.04.2023).
3. Soldatos, P. An Explanatory Framework for the study of federated States as Foreign policy Actors. International Journal of Political Science, Vol. 4, No. 2, 2017. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.c9edadb3-644a3150-1ef9662d-74722d776562/https/www.overdrive.com/media/4852896/the-territorial-dimension-of-politics (дата обращения: 03.04.23).
4. В Казани состоялось второе заседание Совместной туркмено-татарстанской Рабочей группы по торгово-экономическому, научно-техническому и культурному сотрудничеству. // Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан. 2014. URL: <https://mpt.tatarstan.ru/index.htm/news/357910.htm> (Дата обращения: 17.04.2023).
5. В Кыргызстане прошли Дни татарского просвещения // Официальный сайт Министерства образования и науки Республики Татарстан. 2019. Режим доступа: <https://mon.tatarstan.ru/index.htm/news/1588298.htm> (дата обращения: 13.04.2023).
6. Конституция Российской Федерации. Статья 72. Федеративное устройство. Официальный сайт Конституционного суда Российской Федерации. URL: <https://ksrf.ru/ru/Docum/Show/179867.aspx> (дата обращения: 03.04.2023).
7. Крепкая тюркская дружба: что стоит за активизацией связей Астаны и Казани // EADaily. 2018. URL: <https://eadaily.com/ru/news/2018/08/15/krpkaya-tyurkskaya-druzhba-chno-stoit-za-aktivizaciyey-svyazey-astany-i-kazani> (дата обращения: 11.04.2023).

8. Представительство Республики Татарстан в Республике Узбекистан. URL: <https://prtuz.tatarstan.ru/about.htm> (Дата обращения: 15.04.2023).

9. Протокол о сотрудничестве между Правительством Республики Татарстан и Акимом города Алматы от 2001 г. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167235/ (дата обращения: 18.04.2023).

10. Соглашение «О принципах торгово-экономического, научно-технического и культурного сотрудничества» между Правительством Республики Татарстан и Правительством Республики Казахстан, подписанное 25 августа 1997 года // Официальный сайт Правительства Республики Татарстан - URL: <https://government.tatarstan.ru/rus/mejdunarodnoe-sotrudnichestvo.htm> (дата обращения: 05.04.2023).

11. Соглашение между Правительством Республики Татарстан (Российская Федерация) и хокимиятом Ташкентской области (Республика Узбекистан) об осуществлении

международных и внешнеэкономических связей в торгово-экономической, научно-технической, социальной и культурной сферах от 28 мая 2018 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/546767248> (Дата обращения: 15.04.2023).

12. Соглашение между Правительством Республики Татарстан Российской Федерации и Правительством Туркменистана о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве от 28 июня 2008 года URL: <https://docs.cntd.ru/document/469123148> (Дата обращения: 15.04.2023).

13. Татнефть и Минэнерго Кыргызстана подписали меморандум о сотрудничестве // Нефть и газ.ру. URL: <https://neftegaz.ru/news/partnership/678968-tatneft-i-minenergo-kyrgyzstana-podpisali-memorandum-o-sotrudnichestve/> (дата обращения: 18.04.2023).

14. Фарукшин М.Х. Субъекты федераций в международных отношениях. Полис. Политические исследования. 1995. № 6. С. 109.

GUBUSHKIN Pavel Andreevich

Graduate Student, Kazan (Volga Region) Federal University, Russia, Kazan

Scientific Advisor – Associate Professor of the Department of International Relations, World Politics and Diplomacy of Kazan (Volga Region) Federal University, Dr. Polit. Sciences, Associate Professor Bolshakov Andrey Georgievich

THE ROLE OF SOCIOCULTURAL ENVIRONMENT IN MUNICIPALITY DEVELOPMENT

Abstract. *This article is devoted to a comprehensive analysis of the main directions of international cooperation of the Republic of Tatarstan (in the context of improving the effectiveness of the unified foreign policy of the Russian Federation) with the states of Central Asia.*

Keywords: *international relations, paradiplomacy, Tatarstan, Central Asia, foreign representative offices of the regions, unified foreign policy, regionalization.*

СОЛОВЬЕВ Дмитрий Александрович
студент, Казанский федеральный университет, Россия, г. Казань

МЕСТО ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ ВО ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ КНР

Аннотация. Цель. Автор работы ставит перед собой цель проанализировать роль и значение Центральной Азии во внешнеполитической стратегии Китайской Народной Республики, выявить ключевые аспекты и факторы, определяющие интересы КНР в исследованном регионе.

Методы. В работе применялись различные методы. Такие как: экономический анализ, политический анализ. А также кейс-стади, к примеру анализ конкретных проектов и инициатив КНР в Центральной Азии, таких как «Один пояс, один путь», позволил выявить их цели, преимущества и недостатки.

Результаты. Исследование дало возможность комплексно охарактеризовать внешнеполитические стратегии КНР, направленные на сотрудничество с ближайшими соседями; выявить территориальные споры, в которые вовлечен Китай и определить результаты их разрешения; оценить влияние иных акторов международных отношений на сотрудничество КНР и стран Центральной Азии.

Научная новизна. Данная работа представляет обновленный и всесторонний анализ китайско-центральноазиатских отношений с акцентом на новые и перспективные направления сотрудничества и вызовы, с которыми сталкивается регион. Кроме того, статья представляет уникальный анализ роли Китая в регионе и оценку его влияния на геополитическую карту Средней Азии. В статье обращается внимание на то, что Центральная Азия является критически важной транспортной связью между Китаем и Западом, а также на ее геополитическое значение в контексте стратегической конкуренции между Китаем, США и Россией.

Практическое значение. Изучение отношений Китая и Центральной Азии может помочь в определении направлений дальнейшего развития сотрудничества между этими регионами и выработке стратегических планов внешней политики. Кроме того, данная статья может стать важным источником информации для исследователей, которые интересуются политическими и экономическими процессами в регионе Центральной Азии.

Ключевые слова: Центральная Азия, Китай, внешнеполитическая стратегия, геополитика, экономическое сотрудничество, региональная безопасность.

Введение

На данный момент КНР является страной, расширяющей свое влияние по всему миру. Ежегодное наращивание экономических показателей, обоснованное целым рядом как экономических, так и политических реформ, начавшихся еще в конце 70-х годов прошлого столетия, а также культурная экспансия этой страны делает Китай одним из важнейших акторов на международной арене [1].

Основная часть

Особый интерес для исследования Китая в отечественной науке и политике стал появляться именно с началом всесторонних реформ, когда в КНР начала формироваться концепция «открытости», занявшая место предыдущей идеологии «невмешательства». Однако, XXI век явился новым этапом развития данной политики, основным фактором для этого, принципиально нового, этапа развития

китайского государства стало вступление страны в ВТО в 2001 году. Данное событие широко обсуждается китайской прессой до сих пор и считается одним из главных достижений новой внешней политики. Именно это событие означало переход от односторонней открытости Китая к взаимной открытости с другими наиболее развитыми странами мира [2].

Еще одним событием, которое изменило способы ведения внешней политики Китая, является выдвижение концепции Ху Цзиньтао в 2003 году. До этого года КНР развивалась согласно принципу плавного наращивания экономических показателей, не старалась занимать лидирующие позиции для скрытия своих возможностей и потенциала. Однако, Ху Цзиньтао предложил китайскому народу не просто «выйти из тени», а начать как можно быстрее наращивать собственные позиции для активизации своей роли во всех мировых

процессах. Неотъемлемой частью данного плана стало закрепление китайского влияния на соседних к нему рубежах. Для достижения данной цели требовалось углубить взаимодействие с соседними странами, а также повысить уровень региональной безопасности [3].

Углубило значимость периферийной политики для Китая, принятая в 2013 году, концепция «Один пояс и один путь». Согласно данному плану, Китай планировал соединить Азиатско-Тихоокеанский регион с Европейскими странами в единое экономическое и политическое пространство, при котором КНР занимала бы лидирующее положение [4].

Согласно перечисленным выше событиям в китайской политической конъюнктуре, Китайская Народная Республика с начала нового столетия взяла курс на расширение своего влияния в мире, а также на углубление всесторонних отношений с лидирующими странами мира. Однако, на данном этапе перед Поднебесной стоит первоочередная задача по стабилизации периферийных взаимоотношений.

Углубление кооперации с близлежащими государствами в экономической, политической, социальной сферах способно гарантировать Китаю стабильную площадку, которая позволит реализовать, поставленные руководством страны цели по выходу государства на западный рынок. Основным направлением периферийной политики в рамках концепции «Один пояс и один путь» на данный момент является Центральная Азия, так как этот регион, ввиду своего географического расположения, является пограничным коридором, соединяющим Запад и Восток [5].

Кроме удачного географического расположения, Центрально-Азиатский регион высоко ценится Китаем за энергетический потенциал. Данный регион обладает свыше 20% общемирового запаса нефти и более 40% запасов природного газа. Кроме того, для Китая крайне важно расширение списка энергетических партнеров для предотвращения промышленного коллапса, которое, может быть, вызвало политическими разногласиями с одним из действующих поставщиков углеводородного сырья [6].

С момента отделения республик Центральной Азии от СССР до начала нового столетия Китай старался вести аккуратную политику в отношении новых стран. Причиной такого отношения стала угроза национальной безопасности Китая, обусловленная нестабильной

внутриполитической ситуацией в новообразованных странах. Лишь ко второй половине 90-х годов КНР начинает постепенно активизировать взаимодействие с данными республиками. Стоит отметить, что сотрудничество, в основном, касалось лишь экономического сектора и сферы региональной безопасности [7].

Вступление в XXI век ознаменовало в Китае начало ведения новой внешней политики. В первую очередь, акцент стал делаться на открытое взаимодействие с другими акторами международной дипломатии и формирование безопасного и стабильного региона вокруг КНР.

Одной из первых теорий создания сильного пространства нового поколения вокруг Китая и во всем мире стала «концепция новой безопасности», зародившаяся еще в 80-е годы прошлого века. Для руководства Китая стало очевидным, что привычная модель военных блоков и создания наднациональных миротворческих организаций неспособна справиться с надвигающимися угрозами современного мира. Основой данной концепции должен был стать открытый диалог между крупнейшими государствами в целях сохранения безопасности на взаимовыгодных условиях [8].

Таким образом, со времен ее формирования и по сегодняшний день, «концепция новой безопасности» является основополагающей стратегией ведения китайской внешней политики, и именно она определяет вектор всех остальных современных концепций КНР.

Прямым последователем данной теории является «концепция Всеобъемлющего стратегического партнерства», которая заявила о необходимости структурирования китайской внешней политики с поставки краткосрочных целей на развитие долговременных отношений и их всестороннюю поддержку [9].

Согласно данной стратегии на первый план выходит именно экономическое сотрудничество, которое на тот момент имело большое количество противоречий. Именно открытость китайского рынка и вовлечение, в первую очередь, периферийных стран в торговый обмен способна предотвратить надвигающиеся региональные угрозы.

В 2000 году была разработана и предложена стратегия «идти вовне», которая предполагала активные шаги к росту уровня китайской экономики и увеличение ее конкурентоспособности. Для достижения этой цели планировалось привлечение дополнительного капитала на

нужды собственных ТНК, а также сбалансировать уровень импорта и экспорта по определенным позициям. Кроме того, важным фактором реализации данной схемы являлось увеличение темпов трудовой миграции. Для этого было принято решение о назначении выплат гражданам Китая, уезжающим развивать новые рынки за границу [11].

Принимая во внимание географическое положение Китая, невозможно отрицать, что КНР находится в сложной ситуации для ведения внешней политики. У данной страны имеется целый ряд спорных вопросов по приграничным территориям с соседними регионами, среди которых Афганистан, Индия и, конечно, Центральная Азия. Кроме того, существуют противоречия с такими странами, как: Россия и Япония. Так же, остается нерешенным статус Корейского полуострова. События, происходящие в Азии, так или иначе влияют на геополитическую обстановку Китая.

Кроме того, усложняет положение вмешательство Западных стран, в первую очередь США, в Азиатские территориальные споры, что значительно ограничивает пути разрешения региональных проблем.

Еще одной не малозначимой трудностью является сепаратизм, экстремизм и терроризм, который в нынешнем веке становится все более неразрешимой задачей политики всех стран мира в сфере безопасности.

По мнению большого количества экспертов в сфере международной безопасности, вышеперечисленные проблемы региональной безопасности на данный момент активно развиваются и в скором будущем будут представлять еще большую угрозу [1].

Значимость ведения внешней политики на периферии можно отследить благодаря отчетам по съездам КПК в начале XXI века. Данные съезды происходят регулярно раз в 5 лет для согласования обще китайской как внутренней, так и внешней политики.

На 16 съезде КПК в 2002 году активно обсуждалась задача поддержания мирного существования всего Азиатского региона, в котором Китай будет играть активную роль союзника, с помощью чего усиленно развивать торговые и политические взаимоотношения. Кроме того, делается акцент на сохранении мира во всем мире и поддержании стабильного международного пространства для реализации внутренней политики [12].

Съезд 2007 года укрепил данные тезисы и призвал к поддержанию стабильной ситуации во всем Азиатском регионе, а также обратился к соседним странам с призывом к развитию регионального сотрудничества [13].

18-й по счету съезд 2012 года продолжил данную концепцию периферийной внешней политики, обращая внимание на то, что лишь общими усилиями в регионе удастся достичь необходимого уровня развития как экономической, так и политической силы всего азиатского региона [14].

Последний на данный момент съезд 2017 года не привнес ничего нового в стратегию взаимодействия Китая со странами ближнего зарубежья, что подтверждает сильную убежденность КНР в необходимости проведения все более глубокой и системной политики, направленной на поддержание дружественных отношений во всем азиатском регионе [15].

Исходя из этого, можно сделать вывод, что данное направление в китайской внешней политике занимает одно из важнейших мест во всем дискурсе политики КНР в XXI веке.

Во внешнеполитическом курсе КНР есть три направления: Запад, Север и Юг. Эти три концепции соотносятся со следующими регионами и целями: Центральная Азия и выход на Европейский рынок; налаживание взаимодействия с Россией; развитие Южных регионов в пределах своей страны. Наиболее сложным и перспективным направлением здесь является именно западные границы государства.

Китай ставит перед собой, в первую очередь, развитие своего морского и сухопутного пространства, именно в этом направлении на данный момент и формируются основные концепции внешней политики в КНР [16].

Стоит назвать основные стратегии, разработанные на основе концепции «продвижения на Запад».

К таким концепциям можно отнести «Один пояс – один путь», которая была принята в 2013 году. Данная стратегия связана с расширением экономического влияния в Азии через международную организацию АСЕАН и в Европе. Согласно данной концепции, этот пояс должен проходить через Центральную Азию, которая должна стать китайским экономическим союзником для совместного торгового и политического взаимодействия со странами Европы. Данная концепция направлена на увеличение значимости исторически сложившегося пути обмена ресурсов, по которому Китай сможет

вести успешную торговую политику. Стоит отметить, что данный инструмент ведения политики является мирным способом укрепления собственных экономических позиций Китая за счет налаживания добрососедских отношений [17].

Эта концепция стала возрождением идеи о Великом Шелковом пути, которая получила название в Российской политологии «Экономический пояс Шелкового пути». В данную модель внешней политики входит не только торговое взаимодействие всего Азиатского региона и дальнейшее продвижение на Запад, но также и политическое, выраженное в открытом диалоге между разными азиатскими народами; транспортное сотрудничество, которое обусловлено в строительстве общей магистрали от Тихого океана до Балтийского моря. Также в данном плане внешней политики очевидна валютная выгода Китая, так как планировалось с помощью этого метода увеличить значимость юаня и сделать его международной валютой [10].

Данная концепция связана не только с внешней политикой, но и внутренней, согласно которой Китай стремится расширять внутреннюю активность западных регионов КНР, постепенно развивать их и трансформировать в стабильную область, расширять взаимодействие западных участков с регионами соседних государств.

Однако, не малозначимой проблемой реализации данного плана остается нестабильность соседних государств, возникающие на их территориях угрозы способны подорвать планы Китая на экспансию своих экономических интересов. Ряд китайских аналитиков выделяют несколько способов преодоления трудностей руководством Китая:

1. Необходимо создать систему рейтингов рисков и систему страхования инвестиций для стран, расположенных вдоль «Пояса и пути». Так как, по их мнению, иностранные инвестиции неизбежно столкнутся с рисками принимающей страны, такими как война, политические беспорядки, экспроприация и национализация.

2. Проводить активную внешнюю политику и устанавливать хорошие двусторонние отношения. Активно налаживать партнерские отношения с принимающими странами, формировать дружественные города и подписывать документы о сотрудничестве, способствующие защите инвестиций и торговли.

3. Энергично развивать возобновляемые источники энергии и ядерную энергетику, а также снижать зависимость от импорта ископаемых видов энергии.

4. Укреплять взаимосвязи со странами «Пояса и пути». В полной мере использовать роль «Азиатского инвестиционного банка» и «Фонда Шелкового пути» в строительстве портов и инфраструктуры для стран, расположенных вдоль «Морского шелкового пути», для развития морской экономики страны; строить железные дороги для стран, входящих в «Экономический пояс Шелкового пути» [18].

На данный момент на западных рубежах Китая отсутствуют территориальные споры, их удалось разрешить за период конца и начала двух последних веков. Однако, развитие данного направления тормозит именно внутривосточная напряженность соседних государств, а также вмешательство других крупных акторов мировой политики, а именно, США и России.

Сложившиеся ситуации на западных рубежах создают большую угрозу для дальнейшей китайской экономической и политической экспансии. Для решения данной проблемы руководством Китая было принято решение применения мягкой силы, которое отразилось в отчетах о заседаниях КПК, упомянутых ранее.

Данная концепция позволяет Китаю не вступать в открытое противостояние за зоны влияния с другими крупными акторами. «Мирное омоложение Китая и теория многополярного мира не бросают вызов интересам существующих мировых держав и тем более не пытаются свергнуть существующий социальный строй» [19].

В данной теории КНР старается учитывать интересы других государств на Ближнем Востоке и Центральной Азии. Как указывают китайские источники, руководство КНР понимает, что без поддержки, в частности России, Китай не сможет достичь поставленных задач согласно концепции «движения на Запад». Для этого Китай принимает активное участие в двусторонних отношениях с Россией и участвует в работе международных организаций.

Вывод

Таким образом, за последние 30 лет Китай сильно изменил собственную внешнюю политику, о чем свидетельствуют разработанные на данном этапе концепции, направленные на открытый диалог с зарубежьем, а также на ближайшие годы наметил курс собственной

экономической и политической экспансии, которая должна начаться с построения добрососедских отношений в азиатском регионе. Основным направлением этой политики стала Центральная Азия, интерес к которой обусловлен богатыми энергетическими ресурсами, необходимыми Китаю, а также географическим положением региона, который становится необходимым транспортным узлом для реализации стратегии «один пояс – один путь».

Литература

1. Воскресенский А.Д. Новые тихоокеанские стратегии: возможность или реальность? Влияние "китайского фактора" на обстановку в Евразии и Азиатско-Тихоокеанском регионе // Сравнительная политика. 2018. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-tihookeanskie-strategii-vozmozhnost-ili-realnost-vliyanie-kitayskogo-faktora-na-obstanovku-v-evrazii-i-aziatsko-tihookeanskom> (дата обращения: 17.03.2023).
2. Внешняя открытость и внешняя торговля // China.org.cn. URL: <http://russian.china.org.cn/russian/254551.htm> (дата обращения: 17.03.2023).
3. Кузьмин К.Е. Янгель Т.Я. Место Центральной Азии в политике КНР в 1992-2019 гг.: анализ политического и экономического взаимодействия // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-tsentralnoy-azii-v-politike-knr-v-1992-2019-gg-analiz-politicheskogo-i-ekonomicheskogo-vzaimodeystviya> (дата обращения: 17.03.2023).
4. Пименова А.О. «Один пояс – Один путь» как глобальный экономический проект Китая // Концепт. 2020. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/odin-poyas-odin-put-kak-globalnyy-ekonomicheskij-proekt-kitaya> (дата обращения: 18.03.2023).
5. Алиева А.О. Вызовы и проблемы реализации «экономического пояса шёлкового пути» в центральной Азии. // Россия и мусульманский мир. 2021. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyzovy-i-problemy-realizatsii-ekonomicheskogo-poyasa-shyolkovogo-puti-v-tsentralnoy-azii> (дата обращения: 18.03.2023).
6. Джээнбекова С.С. Геополитическое значение центральной Азии // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. 2020. № 3-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geopoliticheskoe-znachenie-tsentralnoy-azii> (дата обращения: 18.03.2023).
7. Парамонов В., Строков А., Столповский О. Внешняя политика Китая в центральной Азии // Центральная Азия и Кавказ. 2010. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vneshnyaya-politika-kitaya-v-tsentralnoy-azii> (дата обращения: 18.03.2023).
8. Гуанкай С. Всеобъемлющая концепция национальной безопасности Китая. 2009 г. URL: <http://svop.ru/files/meetings/m011813372437051.pdf> (дата обращения: 18.03.2023).
9. Грачиков, Е.Н. Стратегия партнерских отношений КНР: практика и ее концептуализация (1993–2018) // Мировая экономика и международные отношения. 2019. Т. 63. № 3. С. 90. URL: https://www.imemo.ru/index.php?page_id=1248&file=https://www.imemo.ru/files/File/magazines/meimo/03_2019/11_GRACHIKOV.pdf (дата обращения: 18.03.2023).
10. Ларин А. Китайская стратегия «продвижения на Запад» и «новый Шелковый путь» // Проблемы Дальнего Востока. 2014. № 5. С. 8. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23102927> (дата обращения: 18.03.2023).
11. «Мост» на китайский берег. // ChinaPRO. 21.06.2010 URL: <http://www.chinapro.ru/rubrics/2/4378/> (дата обращения: 18.03.2023).
12. Цзян Цзэминь о международной обстановке и внешнеполитической деятельности. // Жэньминь Жибао. 08.11.2002 URL: <http://russian.china.org.cn/russian/48910.htm> (дата обращения: 20.03.2023).
13. Доклад Ху Цзиньтао на 17-м съезде КПК // China Internet Information Center. URL: http://russian.china.org.cn/china/archive/shiqida/2007-10/25/content_9120930_22.htm (дата обращения: 20.03.2023).
14. Полный текст доклада, с которым выступил Ху Цзиньтао на 18-м съезде КПК // Жэньминь Жибао. 19.11.2012 URL: <http://russian.people.com.cn/31521/8023974.html> (дата обращения: 20.03.2023).
15. Полный текст доклада, с которым выступил Си Цзиньпин на 19-м съезде КПК // Russian.China.org.cn. 04. 11. 2017 URL: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2017-11/04/content_41845752_19.htm (дата обращения: 20.03.2023).

16. 叶自成. 从大历史观看地缘政治 // 现代国际关系. 2007年第 6期.

17. 张文木. 张文木: 从整体上把握中国海洋安全—“海上丝绸之路”西太平洋航线的安全保障、关键环节与力量配置. 24.01.2016. URL: https://www.guancha.cn/ZhangWenMu/2016_01_24_349038.shtml (дата обращения: 20.03.2023).

18. 韩民春,江聪聪. 政治风险、文化距离和双边关系对中国对外直接投资的影响. 26.04.2017 URL: <https://www.fx361.com/page/2017/0426/1635240.shtml> (дата обращения: 20.03.2023).

19. 纪明葵. 中国“西进”用平衡战略指路. 22.04.2014. URL: http://opinion.china.com.cn/opinion_95_96895.html (дата обращения: 20.03.2023).

SOLOVYOV Dmitriy Alexandrovich

Student, Kazan Federal University, Russia, Kazan

THE PLACE OF CENTRAL ASIA IN CHINA'S FOREIGN POLICY STRATEGY

Abstract. *Objective.* The author of the work aims to analyze the role and importance of Central Asia in the foreign policy strategy of the People's Republic of China, to identify key aspects and factors determining the interests of the People's Republic of China in the studied region.

Methods. Economic analysis. Political analysis. Case study: analysis of specific PRC projects and initiatives in Central Asia, such as "One Belt, One Road" in order to identify their goals, advantages and disadvantages.

Results. The following topics are reflected in this paper: the place of Central Asia in China's foreign policy strategies; territorial disputes in which China is involved and the results of their resolution; the influence of other actors in international relations on cooperation between the PRC and Central Asian countries.

Scientific novelty. This paper presents an updated and comprehensive analysis of Sino-Central Asian relations, focusing on new and promising areas of cooperation and the challenges the region faces. In addition, the article provides a unique analysis of China's role in the region and an assessment of its influence on the geopolitical map of Central Asia. The article draws attention to the fact that Central Asia is a critical transport link between China and the West, as well as its geopolitical significance in the context of strategic competition between China, the United States and Russia.

Practical significance. An analysis of relations between the PRC and Central Asia can help guide the further development of cooperation between these regions and the formulation of strategic foreign policy plans. In addition, this article may become an important source of information for researchers who are interested in the political and economic processes in the Central Asian region.

Keywords. Central Asia, China, foreign policy strategy, One Belt, One Road, geopolitics, economic cooperation, regional security.

Актуальные исследования

Международный научный журнал

2024 • № 9 (191)

Часть II

ISSN 2713-1513

Подготовка оригинал-макета: Орлова М.Г.

Подготовка обложки: Ткачева Е.П.

Учредитель и издатель: ООО «Агентство перспективных научных исследований»

Адрес редакции: 308000, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135

Email: info@apni.ru

Сайт: <https://apni.ru/>

Отпечатано в ООО «ЭПИЦЕНТР».

Номер подписан в печать 04.03.2024г. Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

308010, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135, офис 40