

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



4 2023
ЧАСТЬ VII

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 4 (451) / 2023

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

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

Международный редакционный совет:

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

На обложке изображен *Игорь Евгеньевич Тамм* (1895–1971), физик-теоретик, основатель научной школы, нобелевский лауреат, один из разработчиков первой советской водородной бомбы.

В 1898 году семья переехала на Украину, в Елисаветград (позже Кировоград), где отец Игоря Евгеньевича был назначен «заведующим водопроводом и электрическим освещением города». Здесь инженер Тамм пустил в городе трамвай и спроектировал электростанцию.

В 1913 году Игорь окончил гимназию и уехал учиться на факультет точных наук Эдинбургского университета. Проучившись в Шотландии год, Игорь перевелся на физико-математический факультет Московского университета. В годы Первой мировой войны его учеба неоднократно прерывалась — он уходил добровольцем на фронт в качестве вольнонаемного медицинской службы. С войны Игорь Евгеньевич вернулся членом партии меньшевиков.

В 1918 году Игорь Евгеньевич окончил университет и был оставлен при физфаке для подготовки к профессорскому званию. Но через год он снова оказался на Украине: выпускников направляли преподавать физику в только что освобожденных от белогвардейцев городах. Тамм преподавал сначала в Таврическом университете в Симферополе, потом в знаменитом Одесском политехническом институте. Здесь он встретился с выдающимся физиком Л. И. Мандельштамом. Дружба, завязавшаяся между двумя учеными, сохранилась на всю жизнь.

К середине 1930-х годов физик-теоретик Тамм сделал едва ли не крупнейшие свои открытия: создал теорию рассеяния света в кристаллах, в частности комбинационного рассеяния, в которой впервые были последовательно проквантованы колебания решетки и появилось понятие квазичастицы (фотона); выдвинул последовательную теорию рассеяния света на электронах; теоретически предсказал поверхностные уровни электрона в кристалле — «уровни Тамма»; подготовил основополагающую работу по фотоэффекту в металлах; разработал теорию бета-сил между нуклонами.

В 1933 году он стал доктором наук и членом-корреспондентом АН СССР. Академиком его избрали лишь через двадцать лет, после смерти «вождя народов» (сказывалось меньшевистское прошлое).

К 1937 году относится сотрудничество И. Е. Тамма с группой физиков, открывших удивительный эффект свечения электрона, движущегося в жидкости с огромной скоростью. Это явление было названо эффектом Вавилова —

Черенкова. Илья Франк и Игорь Тамм объяснили природу этого излучения. В 1958 году за эту работу Черенков, Франк и Тамм были удостоены Нобелевской премии по физике. Вручение ее сразу трем советским ученым стало ярким признанием достижений советской науки.

Когда в 1943 году ученые приступили к созданию атомной бомбы, Игоря Тамма не сразу допустили к секретным атомным делам. Причина — анкетные данные и личная неприязнь всемогущего Жданова. В 1946 году его все же привлекли к рассмотрению некоторых вопросов. Так появилась его работа «О ширине фронта ударной волны большой интенсивности».

В 1948 году благодаря содействию Курчатова Тамм возглавил группу. Уже через два месяца были сформулированы две из трех основополагающих идей, легших в основу термоядерного заряда.

15 июня 1953 года И. Е. Тамм, А. Д. Сахаров и Я. Б. Зельдович подписали заключительный отчет по разработке РДС-6с, первого в мире компактного термоядерного заряда.

Игорь Евгеньевич Тамм перешел на работу в Физический институт АН СССР, где и трудился до конца своей жизни.

Главным увлечением И. Е. Тамма после физики был альпинизм. Мастер спорта СССР, Игорь Евгеньевич ходил в горы до семидесятилетнего возраста.

В 1966 году Тамм подписал письмо 25 деятелей культуры и науки генеральному секретарю ЦК КПСС Л. И. Брежневу против реабилитации Сталина.

Последние годы жизни академика Тамма были очень трудными. Ученый оказался прикован к дыхательному аппарату. Чтобы физик мог работать за столом, «один умелец» (по выражению Тамма) сделал для него портативную дыхательную машину. Игорь Евгеньевич не только продолжал теоретические изыскания, но и читал, играл в свои любимые шахматы. И при этом грустно шутил: «Я как жук на булавке».

И. Е. Тамм скончался 12 апреля 1971 года. Похоронен на Новодевичьем кладбище.

На здании Физического института имени П. Н. Лебедева, где работал Тамм, установлена мемориальная доска. Во Владивостоке перед главным корпусом Дальневосточного федерального университета установлен памятник Тамму. Его именем также названа площадь в Москве.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

- Дрожжин К. А.**
Использование сервиса «Яндекс. Метрика» для сбора и анализа статистической информации о веб-площадке 425
- Кичмаренко А. И.**
Подходы к определению событийного маркетинга 428
- Котова А. Н., Горчакова А. Л., Сумарокова Е. В.**
Причины падения спроса на туристические услуги и перспективы развития отрасли внутреннего туризма в России 430
- Макарова Е. А.**
Укрепление имиджа государственных служащих при помощи средств массовой коммуникации 432
- Табашникова К. С., Яговцева А. А.**
Социальные сети как инструмент продвижения бизнеса на территории Российской Федерации в реалиях 2023 года 436
- Хвостов А. С.**
Уровни рыночной конкуренции 438

БИОЛОГИЯ

- Кристалль А. В.**
Негативное влияние антропогенного фактора на популяцию амурского тигра 441

СОЦИОЛОГИЯ

- Белоусова А. А.**
Главные задачи государства в системе социальной защиты молодой семьи 446
- Белоусова А. А.**
Совершенствование социальной защиты малоимущего населения 448
- Гатина И. А.**
Волонтерство во время пандемии как улучшение качества жизни 449

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

- Махновская Н. В., Демьянова А. Ю.**
Совершенствование физического воспитания в системе общего, среднего, профессионального и высшего образования 452
- Суббота С. М.**
Роль плавания в физическом развитии ребёнка 454

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

- Белянинова А. А.**
Использование современных технологий в работе режиссера театрализованных представлений и праздников 457
- Васина С. А.**
История возникновения и развития копирования 462

ФИЛОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИКА

- Абрамовских Е. В., Лала Е. П., Раудина О. В.**
«Итальянский текст» в «Ностальгии» А. Тарковского 465
- Герайзаде М. А., Кадиева С. А., Дашдамирова Н. М.**
Экзистенциальная свобода Николаса Урфе — главного героя романа Джона Фаулза «Волхв» 472
- Нашхоева М. Р.**
Единство просодии и пунктуации 474
- Турамуратова И. И., Гофурова В. В.**
Межкультурная коммуникация в современной культурно-образовательной парадигме 476
- Цакоева А. А.**
Фразеологические единицы с компонентом «камень» как репрезентанты природно-ландшафтного кода культуры 479

ТЕОЛОГИЯ

Марифов Х. С.

Взгляды мусульманских учёных
и татарских богословов на положение
мусульманской уммы и пути
её развития 483

ПРОЧЕЕ

Потомкина Ю. Г.

Социальное служение на приходах
Русской православной церкви
по Воронежской области..... 487

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ
O'ZBEKISTON**Shayqulov X. S., Rasulova M. R.**

Esherixioz bilan kasallangan bolalardan ajratilgan
gemolitik E.coli bakteriyalarining antibiotiklarga
sezgirligi 489

Шерқўзиёва Г. Ф., Бобоева И. Ў., Умуров Ш. С.

Қишлоқ аҳоли яшаш жойларини ичимлик суви
сифати кўрсаткичлари тахлил натижалари491

Шерқўзиёва Г. Ф., Самигова Н. Р.,**Аллаярова Г. А., Оразбоева Ш. Е.**

Автотранспорт билан шаҳар муҳитининг
ифлосланиши 494

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Использование сервиса «Яндекс. Метрика» для сбора и анализа статистической информации о веб-площадке

Дрожжин Кирилл Александрович, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

Веб-аналитика, получающая всё большее распространение в условиях развития IT, Интернет-инфраструктуры и электронной коммерции, предоставляет возможность оценить эффективность сайта, а также разработать меры по его улучшению и повышению привлекательности. В условиях всеобъемлющей цифровизации именно различные инструменты веб-аналитики, основываясь на использовании больших данных и цифровых технологий, позволяют проводить действенный конкурентный анализ. Аналитические данные, собираемые системами веб-аналитики, позволяют определить целевую аудиторию и её характеристики, что помогает принимать оптимальные решения по развитию сайта, улучшению контента и оптимизации рекламных кампаний.

Ключевые слова: веб-аналитика, Яндекс. Метрика, метрики, показатели эффективности, KPI, статистическая информация, конкурентный анализ, инструменты веб-аналитики, счётчики, анализ сайта, поведенческие метрики, базовые отчёты, поведенческий анализ, посещаемость, конверсии, вебвизор, аналитика форм.

В условиях цифровой трансформации бизнес-структуры ставят приоритетной целью повышение эффективности продвижения компании на рынке с использованием ИТ. Маркетологи анализируют поведение пользователей на сайте. Наиболее эффективным способом подобного анализа является веб-аналитика, помогающая достичь трёх глобальных целей: уменьшить расходы, увеличить прибыль и настроить сайт под задачи пользователей.

Веб-аналитика — это сбор, анализ и интерпретация информации о посетителях сайта для того, чтобы выявить и понять причины их действий, а затем оптимизировать и улучшить сайт с точки зрения функциональности, дизайна, юзабилити, контента (в т. ч. — коммерческого) и других параметров. [1]. Кроме того, важно отметить, что веб-аналитика — процесс, который предполагает эффективный цикл оптимизации веб-сайта. Данные, собранные с помощью веб-аналитики, могут включать источники трафика, просмотры страниц, коэффициенты конверсии. Собранные данные являются частью аналитики управления взаимоотношениями с клиентами (CRM analytics) для облегчения и оптимизации принятия более эффективных бизнес-решений. Веб-аналитика позволяет бизнесу удерживать клиентов, привлекать больше посетителей и увеличивать количество денег, которые тратит каждый клиент.

Цель веб-аналитики — служить бизнес-метрикой для продвижения конкретных продуктов клиентам, которые с наибольшей вероятностью их купят, и определять, какие продукты с наибольшей вероятностью приобретет конкретный клиент. Это может помочь улучшить соотношение выручки к затратам на маркетинг. К функциональ-

ным возможностям digital-аналитики, помимо прочего, относят измерение уровня лояльности потребителей, определение распределения потребителей по сегментам, определение количества просмотренных пользователем страниц и времени, проведённого на одной странице, определение территориальной распределённости, анализ лёгкости поиска сайта в поисковой системе и другие. Кроме того, существует возможность сформировать отчёт по каждому человеку, который посещал тот или иной сайт или пользовался приложением: когда он впервые попал на сайт, откуда пришёл, каким устройством пользуется, как часто заходит. Несомненным плюсом является возможность группировки пользователей по сегментам, то есть сегментация аудитории по конкретно заданным признакам.

Инструменты веб-аналитики — это веб-ресурсы, которые представляют данные для отслеживания трафика, а также записывают активность пользователей и позволяют оценить эффективность маркетинговой стратегии. Инструменты веб-аналитики позволяют собирать и анализировать вебметрические показатели, которые становятся современными аналитическими решениями для получения объективных статистических данных об эффективности деятельности бизнес-структур в информационной среде. Современные инструменты веб-аналитики основываются на применении одного из двух программных средств: счётчиков или лог-анализаторов. [2]

Наиболее популярными инструментами веб-аналитики, базирующимися на использовании счётчиков, являются системы «Яндекс. Метрика», «Google Analytics», «OpenStats», «Piwik» и другие. «Яндекс. Метрика» — это

бесплатный интернет-сервис компании «Яндекс», предназначенный для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей. Работа с Яндекс.Метрикой начинается с создания счётчика — кода, включаемого в содержание веб-страниц. Одновременно с созданием счётчика создаётся связанное с ним хранилище данных. Посетители взаимодействуют со страницами сайта, на которых установлен счётчик. Код счётчика исполняется и передает Метрике данные как о самой странице, так и событиях, произошедших при взаимодействии с ней посетителя. [3]

Отчет Яндекс.Метрики — это визуализированный цифровой документ, который помогает маркетинговым агентствам определять, как клиенты взаимодействуют с их веб-сайтом. Отчёты позволяют отслеживать все маркетинговые кампании и получать точные данные в режиме реального времени. Это означает, что маркетолог может включать и изучать только интересующие его данные без каких-либо ненужных отвлекающих факторов. Все отчеты Яндекс.Метрики можно разделить на стандартные и пользовательские (кастомизированные). [4] Рассмотрим основные стан-

дартные отчёты, которые коррелируют со встроенными метриками.

1. Отчёт «Посещаемость». Это стандартный обзорный отчёт, позволяющий отследить динамику общего количества визитов на сайт с течением времени. Он способствует удобному сравнению показателей одного периода с показателями другого, например, текущего месяца с предыдущим. Под графиком «Отчёт о посещаемости» располагается таблица, где помимо визитов по каждому периоду есть цифра по количеству посетителей, просмотрам, доле новых посетителей, отказам, глубине просмотра и времени, проведённому на сайте. Параметр «Посетители» — это информация о количестве пользователей Интернета, которые заходили на сайт. Посетители считаются по идентификаторам браузеров, поэтому посещение одного сайта с разных браузеров засчитывается за двух разных людей. Отказ — это визит, во время которого был осуществлён просмотр одной страницы и продолжительность этого просмотра составила менее 15 секунд. Глубина просмотра — это количество просмотров сайта в одном визите. Другие показатели в этот отчёт добавить нельзя. [5]

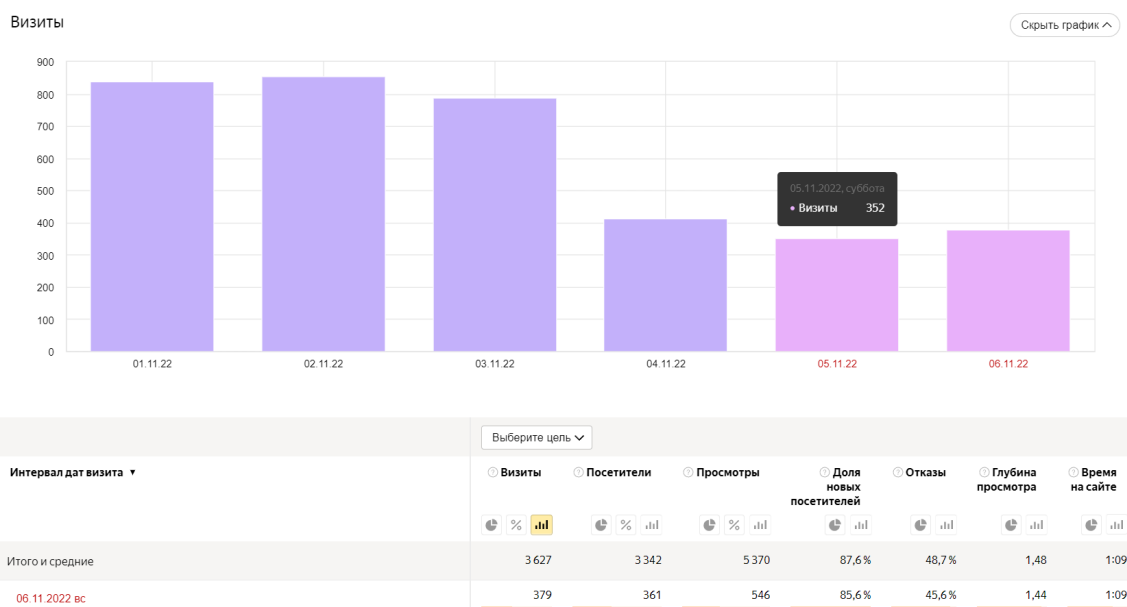


Рис. 1. Отчёт «Посещаемость» Яндекс.Метрики

2. Отчёт «Конверсии». Конверсия — это процент пользователей, совершивших целевое действие, по отношению к общему количеству посетителей сайта. [6] В Яндекс.Метрике термин «конверсия» используется и для обозначения фактического целевого действия (покупка, просмотр определенной страницы, телефонный звонок и т. д.). Для того, чтобы «Яндекс.Метрика» корректно фиксировала все действия посетителей сайта, определенные как целевые, сле-

дует сразу после установки счетчиков задать целевые показатели. Чем раньше начнётся сбор статистики конверсий, тем проще будет принимать решения по оптимизации рекламных кампаний и общей стратегии продвижения. Цель — желаемое действие посетителя для владельца сайта, маркетолога или предпринимателя. Таким образом, отчёты о конверсиях позволяют отслеживать динамику лидов на основе поставленных целей.

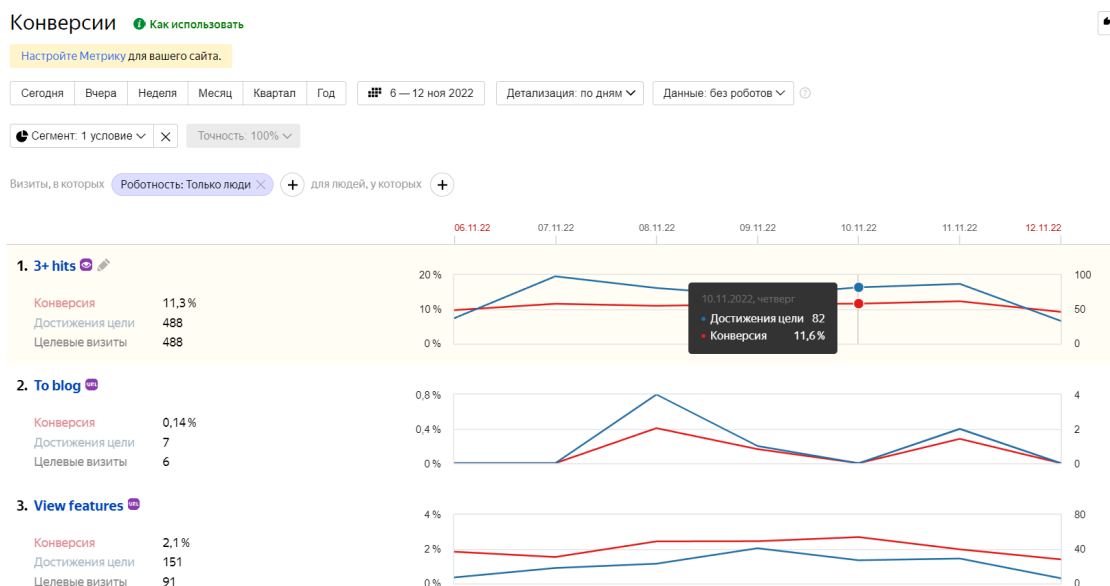


Рис. 2. Отчёт «Конверсии» Яндекс. Метрики

3. Отчёт «Посетители и клиенты». В этом отчете представлены исчерпывающие данные в разрезе каждого пользователя, посетившего сайт, которому Яндекс. Метрика смогла присвоить ClientID, то есть уникальный идентификатор посетителя сайта, автоматически создаваемый сервисом. Идентификаторы анонимны, генерируются случайным образом и связаны с браузером, из которого посетитель открыл сайт. Особенность отчёта заключается в том, что он не позволяет выбрать инте-

ресующий отчетный период. В данный отчёт включены показатели, характеризующие весь жизненный цикл клиента: общее время на сайте и общее количество посещений, количество достигнутых целей, первоначальный источник посещений, регион, устройство, операционная система. Расширенную информацию о конкретном клиенте можно посмотреть в сформированной сервисом карточке, которая позволяет выяснить, как посетитель совершает конверсию на сайте.

Посетители и клиенты Как использовать

Настройте Метрику для вашего сайта.

Посетители Клиенты

Быстрые сегменты: Любые сайты Больше одного визита Новые посетители за 7 дней Мобильные посетители Пришли по рекламе

Посетителей в отчете: 100% Люди, у которых с визитами, в которых

Несовместимые условия: Роботность: Только люди

Посетитель	Первый визит	Последний визит	Активность	Всего визитов	Общее время на сайте	Цели	Количество покупок	Общая стоимость покупок
	29.06.2021	12.12.2022 21:13:24	4	0:10	1	0	0
	12.12.2022	12.12.2022 21:05:51	1	2:57	1	0	0
	27.06.2022	12.12.2022 21:04:47	6	0:36	0	0	0
	12.12.2022	12.12.2022 21:03:45	1	0:15	0	0	0

Рис. 3. Отчёт «Посетители и клиенты» Яндекс. Метрики

Анализ поведения посетителей — важная часть любого интернет-проекта. Одна из самых распространенных проблем, с которой сталкиваются владельцы, например, интернет-магазинов, — низкая конверсия. Для её

решения анализируется поведенческая активность пользователя. Для этого, помимо базовых отчётов, используются специальные инструменты: вебвизор, карты, аналитика форм.

Технология «Вебвизор» позволяет на качественно новом уровне анализировать поведение посетителей сайта. Суть подобного инструмента заключается в воспроизведении действий посетителей в формате видео, чтобы увидеть, как они ведут себя на каждой странице, каким образом перемещают курсоры и по каким ссылкам переходят. [7] Данные «Вебвизора» сохраняются на сервисе в течение 15 дней. Один конкретный сайт регистрирует до 150000 посещений в день. Инструмент позволяет оценить функциональность интересующей формы, которая может не работать в определённом браузере, найти ответ на вопрос, почему некоторые поля (например, текстовые или графические) не видны на мобильных устройствах или планшетах.

Другим инструментом поведенческого анализа посетителя сайта является аналитика форм — сервис-анализатор Яндекс. Метрики, который помогает понять особенности

взаимодействия пользователей с формами, установленными на сайте. Разработчики реализовали возможность визуализации данного отчёта в двух форматах отображения: с помощью измерения конверсии формы и отслеживания взаимодействия с полями формы. рассматриваемый инструмент не только позволяет получить данные о конверсионном потенциале формы, но и служит своеобразным средством для анализа взаимодействия посетителей с каждым полем формы, что особенно важно для интернет-магазинов и других коммерческих площадок, где важны конверсии и продажи.

Таким образом, важно отметить, что веб-аналитику можно использовать для огромного спектра задач, стоящих перед маркетологами: измерение эффективности рекламных кампаний, лояльности, ценности посетителей компании, сегментация и многое другое.

Литература:

1. Маркетинговое агентство «Кокос групп» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://kokoc.com/blog/web/> (дата обращения 27.10.2022)
2. Основы цифровой экономики: учебник и практикум для вузов / М. Н. Колягина [и др.]. — М.: Юрайт, 2022. — С. 77
3. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.]. — М.: Юрайт, 2022. — С. 300
4. TextTerra — агентство интернет-маркетинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/kak-ispolzovat-yandeks-metriku-podrobnoe-rukovodstvo-dlya-nachinayushchikh.html> (дата обращения 07.11.2022)
5. Блог проекта CyberMarketing.ru [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://blog.cybermarketing.ru/yandeks-metrika-obzor-8-klyuchevyx-otchetov/> (дата обращения 11.11.2022)
6. Ашманов, И. С. Оптимизация и продвижение в поисковых системах / И. С. Ашманов. — 4-е изд. — СПб.: Питер, 2019. — С. 127
7. Калабихина, И. Е. Использование контент-анализа коммуникаций в онлайн-консультанте для улучшения клиентского опыта / И. Е. Калабихина, А. А. Чесноков // Государственное управление. Вестник. № 80. — 2020. — С. 144

Подходы к определению событийного маркетинга

Кичмаренко Анастасия Игоревна, студент магистратуры

Новосибирский государственный университет экономики и управления

В статье автор рассматривает подходы к определению событийного маркетинга, даёт собственное определение данного понятия и раскрывает специфику событийного маркетинга через виды ивент-мероприятий.

Ключевые слова: маркетинг, событийный маркетинг, ивент.

Несмотря на тенденцию популярности сферы маркетинга, на сегодняшний день все еще остается актуальным вопрос разграничения видов данной сферы. Более того, воздействие технологического прогресса, увеличение конкурентов на рынке товаров и услуг, обеспечивают высокую скорость изменений в данной сфере и повышение значимости маркетинга в современном обществе. Особое внимание необходимо уделить одному из популярных видов маркетинга — событийному маркетингу и ивент-событиям, которые он включает.

Маркетинг — социальный процесс, по средствам которого отдельные индивиды и группы получают то, в чём нуждаются и чего желают, на основе создания и обмена одних товаров и стоимостей на другие [4]. Данное понятие выделил один из основателей маркетинга Филипп Котлер еще в 1984 году. В настоящее время, данное понятие рассматривается более широко, так как появились и развиваются по сей день дополнительные виды маркетинга, охватывающие различные сферы жизни общества. Одним из популярных видов маркетинга в настоящее время является Событийный маркетинг или Event-маркетинг.

В Российской Федерации становление событийного маркетинга началось в 1990–2000 годы. Именно в этот период большинство компаний, которые специализировались на организации мероприятий, начали переименовываться в «агентства событийного маркетинга» и «event-компании» [2]. Предпосылками этому служило становление данного вида маркетинга в западных странах и развитие ценностно-ориентированного маркетинга, основой которого является воздействие на психологию и мотивацию потребителей.

Основоположник маркетинга Филипп Котлер в основу понятия событийного маркетинга закладывал мероприятия, предназначенные для передачи конкретных сообщений целевой аудитории [3]. В понятии Котлера отражен основной предмет и объект событийного маркетинга, однако специфика и инструменты не охвачены. Данное понятие является узконаправленным и не отражает всю специфику данного вида, но является базовым для понимания событийного маркетинга.

Большинство исследователей в своих научных работах определяют событийный маркетинг как способ продвижения, направленный на построение и укрепление имиджа компании по средствам организации мероприятий. Так, Вершинина А. Г. рассматривает понятие событийного маркетинга как систему мероприятий, которая выступает в виде информационного повода для ознакомления потенциального клиента с потребительскими свойствами товаров или услуг [1]. Событийный маркетинг в контексте системы мероприятий определяет также отечественный научный деятель Соколова Е. А., при этом включая задачи событийного маркетинга, направленные на формирование и повышения имиджа компании, а также увеличения уровня лояльности потребителей [7]. В учебнике «Маркетинговые коммуникации» Романов А. А. даёт следующее определение: Событийный маркетинг — это способ продвижения, который направлен на построение и укрепления имиджа марки путём организации нестандартных акций и специальных событий [5].

Организаторы событийного маркетинга определяют данное понятие в контексте инструмента воздействия на эмоции участников событий, где эмоции и впечатления, полученные от мероприятия, ведут к увеличению процента продаж и доверия клиентов к торговой марки или бренду.

Как мы могли заметить, в подходах к пониманию событийного маркетинга большая роль отводится мероприятиям, а точнее, ивентам. Под ивентами стоит понимать события, связанные с определенными датами, юбилеи, выставки, торговые ярмарки, спортивные, творческие события, а также иные мероприятия, требующие специальных маркетинговых решений [8]. Каждый вид ивента направлен на свою целевую аудиторию. Данная направленность создана для привлечения внимания и повышения продаж компании, так как конкретизировав ивент под определенную целевую аудиторию можно повысить уровень лояльности потребителя. Например, в организации такого ивента как День Открытых Дверей высшего образовательного

учреждения, ставятся разумными задачи использования молодежных трендов, для привлечения потенциальных абитуриентов, а также выстраивание коммуникации с родителями абитуриентов.

Ивенты в событийном маркетинге можно квалифицировать по характеру проведения.

— Академические — ивенты, которые носят в основном формальный характер, включают научный анализ и применение конкретного исследовательского и практического опыта. К такому виду ивентов можно отнести научные конференции, бизнес-встречи, симпозиумы, конгрессы, научные семинары. Такие виды ивентов характеризуются обменом информацией между коммуникантами с целью получения новой научной информации, нового знания и развития конкретной области деятельности.

— Деловые — ивенты, основанные на укреплении и поддержании имиджа компании и привлекающие большее количество людей. Целями такого вида ивентов является налаживание коммуникации между участниками делового события, обмен информацией, а также повышение компетентности участников и саморекламы организации. Примерами деловых ивентов являются тренинги, выставки, бизнес-семинары, дилерские мероприятия, круглые столы.

— Развлекательные — ивенты, в большей степени воздействующие на эмоции и впечатления участников. Именно через импрессионную составляющую воздействия на потребителей в развлекательном ивенте большинство компаний повышают уровень взаимоотношения с клиентами, переводя их с потенциальных клиентов в лояльных клиентов. По мимо эмоциональной составляющей, целью данного вида ивента является PR организации. Ярким примером развлекательного ивента служит Red Bull Flugtag — соревнования самодельных летательных аппаратов. Через зрелищное шоу увеличивается не только лояльность аудитории и её охваты, но и вырабатывается ассоциация продукта с определенной эмоцией. Кроме шоу примерами развлекательных ивентов являются концерты, фестивали.

— Информативные — ивенты удовлетворяющие информационную и познавательную потребность участников мероприятия, их оповещению о новых возможностях товаров, с возможным применением агитации и пропаганды (например, сортировка отходов). К информативным ивентам относятся выпуски нового продукта, презентации, выставки, кружки по интересам (например, экологические и поэтические) [6].

Хочется заметить, что в современном обществе происходит постоянное развитие ивент мероприятий, появляются новые, адаптированные под актуальные запросы общества, поэтому данные виды ивентов являются не целостными и конечными представлениями характеристик видов ивентов.

На основании рассмотрения классификации видов ивентов и систематизации разных подходов к определению событийного маркетинга, мы можем дать авторскую интерпретацию понятия событийный маркетинг.

Событийный маркетинг — комплекс продвижения товаров, услуг, а также торговой марки или бренда по средствам организации ивентов, воздействующих на эмоциональную составляющую потенциальных потребителей,

с целью формирования, поддержания или укрепления образа организации, информирования о товарах или услугах, а также повышения лояльности клиентов, улучшения имиджа компании и её экономических показателей.

Литература:

1. Вершинина А. Г., Просалова В. С., Смольянинова Е. Н. Событийный маркетинг: сущность и возможность применения, как механизма продвижения товаров и услуг в РФ // АНИ: экономика и управление. 2017. № 4 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-marketing-suschnost-i-vozmozhnost-primeneniya-kak-mehanizma-prodvizheniya-tovarov-i-uslug-v-rf> (дата обращения: 16.01.2023).
2. Евстафьев В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров. М.: Дашков и К, 2019. 512 с.
3. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг Менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. СПб.: Питер, 2014. 480 с.
4. Резник Г. А. Маркетинг: учебное пособие. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2023. 199 с.
5. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации: учебник. М.: ИНФРА-М, 2022. 384 с.
6. Садохов А. В. Планирование ивент-мероприятий // Наука и бизнес: пути развития. 2019. № 12 (102). С. 268–271.
7. Соколова Е. А. Событийный маркетинг: затраты и результаты // Крымский научный вестник. 2019. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-marketing-zatraty-i-rezultaty> (дата обращения: 17.01.2023).
8. Шевченко Д. А. Продвижение товаров и услуг: практическое руководство. 2-е изд. М.: Дашков и К, 2022. 372 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1926422> (дата обращения: 25.01.2023).

Причины падения спроса на туристические услуги и перспективы развития отрасли внутреннего туризма в России

Котова Анастасия Николаевна, студент;

Горчакова Алина Лхуссаиновна, студент;

Сумарокова Екатерина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент

Государственный университет управления (г. Москва)

Индустрия туризма за последние 3 года претерпела ряд изменений, что радикально отразилось на поведении потребителей. Среди наиболее масштабных изменений можно назвать смену вектора в сторону внутреннего туризма как для путешественников, так и туроператоров России. Отрасль становится более перспективной в связи с появлением федеральных проектов и увеличивающимся интересом россиян.

Ключевые слова: внутренний туризм, страхи туристов, туристический маркетинг.

Reasons for the decline in demand for tourist services and prospects for the development of the domestic tourism industry in Russia

Kotova Anastasiya Nikolayevna, student;

Gorchakova Alina Lkhussainovna, student;

Sumarokova Yekaterina Viktorovna, candidate of economic sciences, associate professor

State University of Management (Moscow)

The tourism industry has undergone some changes over the past 3 years, which has radically affected consumer behavior. Among the most ambitious transformations is the change of the vector towards domestic tourism for both travelers and tour operators in Russia. The industry is becoming more promising due to the federal projects and the increasing interest of Russians.

Keywords: domestic tourism, fears of tourists, tourism marketing.

Для россиян 2019–2022 годы были богаты на глобальные события в мире и стране, коренным образом влияющие как на экономику в целом, так и на отдельные сферы жизни и бизнеса. Для внутреннего туризма 2022 год должен был стать подъемным и прибыльным, однако рынок и его спрос не показали ожидаемый результат в денежном эквиваленте. Часть туристического потока не смогла позволить себе отдых в целом, а те, кто все же уехали в отпуск от запланированных 45 тысяч на одного туриста — потратили в среднем всего 38 тысяч рублей [3].

Если принять во внимание, что большинство моделей потребительского поведения в части принятия решений за основные входные группы факторов принимают социальные, ценовые, качественные, то в данном случае наиболее важными стали финансовые проблемы и страхи:

- экзистенциальные страхи;
- страх потери / траты денег;
- страх неоправданных ожиданий.

Природа этих страхов — нетипичные обстоятельства, при которых в летний период 33% остались дома, 28% решили провести отпуск на природе и уехали на дачу, еще 20% не отдыхали вовсе [3]. С психологической точки зрения здесь имеют место быть как переживания за неопределенность будущего в краткосрочной перспективе, которые и останавливают потребителей перед тратами на отдых, различные услуги, закрывающие вторичные потребности пирамиды Маслоу, и дорогостоящие покупки. Также около 35% респондентов ВЦИОМ отметили, что для них решающим фактором стали деньги: для многих расходы суще-

ственно поднялись по сравнению с доходами, а отпуск стал непопулярной роскошью даже при условии наличия весьма доступных туров.

По итогу сложившееся поведение оказало обратный эффект на всю туристическую отрасль. Соучредитель Союза Агентств Делового Туризма (САД) Александр Курносков оценил 1% падения ВВП для туристической отрасли в 6% [4]. Согласно его комментариям о сложившейся обстановке, будущий год также не станет прибыльным для сферы, поскольку для получения ожидаемого показателя в ~62 млн поездок необходимо решить ряд микроэкономических проблем, которые так остро отражаются на отрасли.

Однако в условиях закрытия части границ отдых на территории России остается необходимым для многих граждан и в отсутствии выбора зарубежных туров спрос на внутренние туры должен увеличиться. Со слов вице-президента Ассоциации туроператоров России Сергея Ромашкина поток туристов в среднем по регионам возрос на 10–15%, а максимальным увеличением стали 30% в Ленинградской области. Основываясь на вышеизложенном, прослеживается тенденция к смене вектора у некоторых граждан в сторону внутренних маршрутов.

Маркетинговый аспект состоит в том, что уровень туристической активности для конкретного региона и населенного пункта будет пропорционален привлекательности самой территории по ряду критериев. Критерии для различных туристов не будут едиными, в чем также могут проявляться их страхи.



Рис. 1. Примеры страхов и решений для туристической отрасли

Для смены вектора потока потребителей необходимо отразить в коммуникационной кампании понимание страхов и готовность решить возможные проблемы. Наиболее распространенный страх начинающего внутреннего туриста «неоправданных ожиданий» должен быть рассмотрен ком-

плексно, где будут выявлены различные факторы. На рис. 1 — это плохой сервис, траты выше запланированных и неинтересный маршрут. Далее каждый из выявленных факторов должен получить решение, чтобы снять основные возражения. Кроме того, в сфере услуг лояльность в некотором

смысле также может стать инструментом, где доверие туроператору сподвигнет на кардинально другой выбор маршрута.

Говоря о перспективах отрасли, присутствует большое количество положительных показателей, отражающих актуальность темы и возможные направления развития. Наиболее дальновидным является наличие и результаты национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», в рамках которого действуют 3 направления:

- федеральный проект «Развитие туристической инфраструктуры»;
- федеральный проект «Повышение доступности туристических продуктов»;
- федеральный проект «Совершенствование управления в сфере туризма».

Уже выдано 38 льготных кредитов на восстановление и реконструкцию санаториев и отелей, 20% кешбэк по купленным путевкам суммарно за зимние и весенние окна составил 44 млрд рублей, а по третьему проекту прогнозировали 1245 мест для прохождения краткосрочного курса ДПО на базе Международного центра компетенций в сфере туризма в Санкт-Петербурге [2].

2022 год стал достаточно активным для некоторых регионов, которые позволили в своих тур-программах успешно заменить заграничные маршруты. По Сбер. Медиа среди наиболее перспективных регионов для развития внутреннего туризма стали:

1. Традиционные черноморские курорты;
2. Москва и Санкт-Петербург;
3. Дагестан (показал рост турпотока на 40%);
4. Минеральные Воды (рост турпотока на 25%);
5. Алтай, Байкал и Камчатка (рост турпотока на 5–10%).

Еще один тренд — короткие поездки до 3 дней, которые чаще всего приходится на выходные дни, что, по мнению 17% опрошенных ВЦИОМ, предпочтительнее длительных каникул. Наиболее привлекательные места для туристов Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Казань, исторические города Золотого кольца и Русского Севера [1].

Таким образом, отрасль внутреннего туризма в России, несмотря на негативный контекст ряда событий в макро- и микроокружении, получила большое количество предпосылок и перспектив для развития. Помимо положительных прогнозов, присутствует ряд федеральных проектов с амбициозными целями и сроками.

Планируемые коммуникационные кампании должны не только знакомить потребителей с новыми для них маршрутами, но и работать со страхами, сопровождающими туристов. Индустрия услуг в сфере отдыха и путешествий, как и любая другая — требует работы с возражениями. Однако в данном случае необходимо уделить ей больше внимания, поскольку лояльность к операторам и зарубежным турам надолго останется барьером при выборе новых путевок.

Литература:

1. Внутренний туризм в цифрах. Итоги сезона отпусков. Дата обращения 09.01.2023 www.sber.pro/publication/vnutrennii-turizm-v-tsifrah-itogi-sezona-otpuskov?ysclid=lckshd5zp1561808787
2. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». Дата обращения 09.01.2023 www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/nacionalnyy_proekt_turizm_i_industriya_gostepriimstva/?ysclid=lcrvuiwcbm401566242
3. Отсутствие денег и присутствие работы. Что влияло на отпускные планы россиян этим летом. Дата обращения 09.01.2023 www.atorus.ru/node/49455?page=2
4. Прогнозы для туротрасли: что будет со спросом в 2023 году? Дата обращения 09.01.2023 www.atorus.ru/node/50223

Укрепление имиджа государственных служащих при помощи средств массовой коммуникации

Макарова Евгения Алексеевна, студент магистратуры

Петропавловск-Камчатский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

В статье рассмотрены особенности влияния деятельности СМИ на имидж государственных служащих, предложена условная классификация, подразделяющая формирование имиджа с помощью СМИ на произвольное и целенаправленное в зависимости от наличия и направленности конкретной цели предоставления информации, а также выделены некоторые способы непосредственного укрепления имиджа государственных служащих на основе использования СМИ.

Ключевые слова: имидж, государственный служащий, СМИ, государство, общество, государственное управление.

На сегодняшний день с учетом высокой степени развития государственных систем в существенной части стран современного мира крайне важна и актуальна профессия государственного служащего. При этом необходимо

понимать, что возможность конкретных лиц занимать те или иные должности в государственном секторе, а, соответственно, и принимать определяющие управленческие решения, напрямую зависят от мнения общества.

Именно реальная готовность населения избрать и поддерживать конкретных политических лидеров, а также строгое соблюдение законности в данном вопросе, как ничто другое влияют на легитимность власти и ее преимущественное одобрение. Колоссальное и во многом решающее значение в этом случае имеет персональный имидж каждого государственного деятеля, который в зависимости от различных факторов может быть как позитивным, так и негативным.

Очевидно, что позитивный имидж, как некая совокупность положительных качеств, идентифицирующих образ человека, благоприятно сказывается на политической деятельности представителей государственной власти и уровне доверия к ним. В свою очередь негативный образ действует прямо противоположно.

Примечательно, что в современных условиях развитых информационных технологий приоритетное место в формировании имиджа государственных служащих занимают именно средства массовой информации (далее — СМИ), выступающие в роли наиболее распространенных источников сведений о происходящем.

Таким образом, вопрос укрепления имиджа профессии государственного служащего посредством профессиональной и целенаправленной деятельности СМИ актуален, как никогда.

Необходимо отметить, что указанная тема ранее неоднократно становилась предметом исследований ряда научных деятелей и специалистов в сфере политологии, государственного управления и социологии, в частности Е. В. Сорокиной [3], Д. О. Селентьевой [3], Е. А. Черкасовой [3], Ю. А. Тарасовой [4], А. Р. Ростомян [2], В. И. Шарина [5], А. Р. Алимгафаровой [1] и других.

Так, в работах вышеперечисленных авторов были рассмотрены такие аспекты данной проблемы, как сущность имиджа представителей власти и особенности его формирования; влияние позитивного имиджа конкретных политических деятелей на успешность реализации тех или иных государственных программ; факторы (в том числе и конкретные виды информации), наиболее негативно сказывающиеся на имидже государственного служащего.

При этом недостаточное внимание уделено непосредственной деятельности СМИ, которые неизбежно оказывают влияние на мнение общественности по отношению к действующим представителям государственной службы.

В частности, практически не затронуты приемы и способы укрепления имиджа государственных служащих посредством и на основе активного использования средств массовой информации, что, по своей сути, является одной из приоритетных задач для представителей данной профессии.

Стоит начать с того, что формирование имиджа любой медийной личности, в том числе и политика, на основе использования СМИ можно условно разделить на произвольное и целенаправленное. Данная классификация была сформулирована автором настоящей статьи в зависимости

от наличия и направленности конкретной цели размещения сведений о персоне в публичный доступ различными информационными ресурсами.

Так, произвольное формирование имиджа государственного служащего источниками СМИ реализуется в большинстве возможных случаев, а именно в процессе упоминания политического деятеля при освещении того или иного события. Подобная деятельность характерна, как правило, для независимых информационных агентств и интернет-изданий, основной задачей которых выступает предоставление общей информации без субъективной авторской оценки. Представителем таких СМИ на территории, например, Камчатского края, как одного из регионов Российской Федерации, можно считать официальное издание «Кам 24».

В таком случае читатель (зритель) при ознакомлении с представленными сведениями самостоятельно на основе личного опыта и аналитического мышления имеет возможность сформировать личное отношение к описанному событию и, соответственно, к задействованным в нем политическим деятелям.

Большее, но все еще произвольное влияние на формирование как позитивного, так и негативного имиджа государственных служащих оказывает информация, поступающая от СМИ с выраженной идеологической позицией. В зависимости от главенствующих характерных черт таких платформ любые сведения, публикуемые на них в открытом доступе, очевидно, приобретают субъективную окраску.

Таким образом, предоставленная подобными ресурсами информация, даже косвенно затрагивающая того или иного государственного служащего, может прямо повлиять на представление общественности о его личности и имиджевой составляющей.

Примечательно, что в этом случае в качестве решающих и определяющих выступают, на первый взгляд, второстепенные, малозначительные факторы, такие как принадлежность служащего к той или иной политической партии, его участие в каком-либо мероприятии и другие.

Иначе говоря, в целом негативное или позитивное отношение информационной платформы (издания) к какому-либо конкретному фактору может отражаться на формировании у читателей (зрителей) конкретного мнения и о представителях действующей власти, что далеко не всегда в полной мере обоснованно и справедливо [2].

Что касается целенаправленного формирования имиджа государственных служащих на основе использования СМИ, в первую очередь оно осуществляется посредством деятельности именно описанных выше ресурсов различной направленности.

Например, информационный телеканал «Дождь», временно приостановивший работу на территории России начиная с 2022 года, имеет ярко выраженный оппозиционный характер, в связи с чем каждая новость в политической сфере на указанной платформе преподносилась через призму критики действующей государственной

власти. В то же время очень часто акцент делался на поведении, словах и принятых решениях конкретных политиков, подвергающихся за это, в том числе, и индивидуальной критике.

Целенаправленность в таких случаях проявляется следующим образом. Например, в целях негативного влияния на имидж конкретного государственного служащего, имеющего отличные от информационной платформы политические взгляды, могут быть продемонстрированы его высказывания за различные годы активности, которые по тем или иным причинам противоречат друг другу.

Помимо этого, на сегодняшний день в медиапространстве распространено применение недобросовестных методов работы с информацией, направленных прямо на ее искажение. Так, посредством использования монтажа и иных технических средств некоторые слова конкретной личности могут быть представлены в публичный доступ без соответствующего контекста или же попросту изменены [5].

С учетом того, что значительная часть читателей (зрителей) самостоятельно не занимается проверкой полученной информации и, как следствие этого, невольно подвергается неблагоприятному воздействию, упомянутые выше и аналогичные им приемы не теряют актуальности.

Явно противоположную позицию занимает «Первый канал», который является общероссийским федеральным телеканалом и на сегодняшний день позиционируется как главный телеканал Российской Федерации. Необходимо отметить, что данная платформа неоднократно подвергалась критике со стороны иных СМИ за «предвзятую проправительственную точку зрения» [2].

Безусловно, значительная часть эфирного времени, в частности новостного вещания, на указанном телеканале посвящена именно информации о деятельности государственных служащих. При этом все освещаемые законодательные инициативы, высказывания конкретных политических лиц, принятые управленческие решения рассматриваются с точки зрения их необходимости и высокой социальной значимости.

Иными словами, деятельность «Первого канала» целенаправленно ориентирована как на поддержание и повышение авторитета государственной и муниципальной власти в целом, так и на укрепление имиджа профессии государственного служащего и отдельных ее представителей в частности.

Для наилучшего понимания данного процесса целесообразно рассмотреть некоторые способы непосредственного укрепления имиджа государственных служащих на основе использования средств массовой информации.

Во-первых, необходимо отметить, что ранее упомянутые способы усугубления имиджа могут активно применяться СМИ и для его укрепления.

К таким, например, следует относить демонстративный анализ профессионального политического опыта государственного служащего, проводимый с явным акцентом на успешности реализации тех или иных проектов и поли-

тических программ. При этом важно учитывать, что информационные источники подобной направленности также допускают некоторое искажение отдельных сведений или же их несоответствие действительности. Так, могут несколько завышаться (занижаться) статистические показатели, избирательно транслироваться фото- и видеоматериалы, посвященные определенным событиям, и так далее.

В свою очередь негативная или дискредитирующая информация о деятельности государственного служащего в подобных случаях также может предоставляться в измененном виде, либо же не освещаться вовсе, что, безусловно, следует считать недобросовестным способом подачи информации, но от того не менее эффективным приемом и способом укрепления имиджа политика [3].

Помимо этого, в рассматриваемых выше целях непосредственно информационными ресурсами, либо при их прямом участии, могут организовываться различные интерактивные мероприятия или же иные инициативы, направленные, например, на раскрытие личности государственного служащего. Это могут быть разного рода интервью, прямые линии с политиками, дебаты в рамках политических телепередач. В особых случаях могут сниматься полноценные документальные фильмы, посвященные известным представителям власти и их окружению.

Очевидно, что инициаторами осуществления перечисленной выше деятельности на основе использования СМИ в ряде случаев выступают сами непосредственно заинтересованные в этом государственные служащие [3].

Однако, в современных условиях и с учетом активного развития мировой сети интернет, многие политики предпочитают самостоятельно транслировать все необходимые сведения посредством использования социальных сетей и активных мессенджеров.

Указанный канал коммуникации справедливо можно считать крайне перспективным и наиболее привлекательным, поскольку именно такой способ прямого взаимодействия с общественностью создает впечатление приближенности политического деятеля к населению и своим избирателям. При этом закономерно повышается и уровень внимания аудитории к деятельности политика в целом, что так или иначе затрагивает и все возможные ошибки, допущенные с его стороны.

Стоит также отметить, что определенное число высокопоставленных отечественных и зарубежных чиновников активно используют и совмещают все перечисленные выше способы и приемы укрепления имиджа на основе использования СМИ. Колоссальную роль в этом случае играют специально созданные штаты PR-сотрудников, основной задачей которых является, как раз формирование и поддержание положительного имиджа конкретных политиков в медиапространстве [1].

Так, для каждого государственного служащего разрабатывается индивидуальная PR-компания, напрямую зависящая от ряда факторов (особенности его личности, занимаемая им должность, уровень доверия населения

по отношению к нему, его политическая позиция, актуальная политическая ситуация в стране и так далее).

При этом в теории принято выделять пять основных целей, направленных непосредственно на укрепление имиджа политика:

- позиционирование (констатирование самого существования государственного служащего и его значимости);
- возвышение имиджа (повышение уровня медийности политика и создание стабильного положительного образа);
- снижение имиджа конкурентов (введение сомнений в верности информации, известной о конкуренте, а также выявление противоречий в его ранее сформированном имидже);
- отстройка от конкурентов (возвышение имиджа государственного служащего при параллельном снижении имиджа его прямых конкурентов);
- контрреклама (выявление и придание гласности недостатков в работе конкурентной стороны) [4].

Таким образом, можно прийти к выводу, что на сегодняшний день средства массовой информации различных видов действительно оказывают серьезное влияние на формирование имиджа государственных служащих.

Указанное влияние, в зависимости от наличия конкретной установленной цели, может быть как произвольным, так и целенаправленным, а, в зависимости от непосред-

ственной направленности этой цели, негативным или же позитивным.

Примечательно, что целенаправленное укрепление имиджа государственного служащего на основе использования СМИ включает в себя множество самых разных способов и приемов, ряд из которых носит неочевидный, а иногда недобросовестный характер по отношению к читателям (зрителям). Тем не менее, их грамотное и своевременное использование способно в относительно короткие сроки крайне положительно сказаться на формировании благоприятного отношения значительной части населения как к действующей власти в целом, так и к ее отдельным представителям.

В заключение также необходимо отметить, что определяющую роль в формировании и укреплении имиджа любого государственного служащего все же играет его реальное поведение, поступки и принятые решения.

Следование высоким моральным принципам, непрерывная работа на благо общества, честность и порядочность — именно эти аспекты имеют первостепенное влияние на имидж представителя государственной власти.

При этом абсолютно все сознательные действия политического деятеля должны быть строго обдуманными, так как, даже несмотря на активную работу ряда СМИ по созданию его положительного имиджа, информационные ресурсы противоположной направленности способны среагировать на каждый проступок практически мгновенно, что может необратимо его дискредитировать.

Литература:

1. Алимгафарова, А. Р. Повышение престижа и социальной привлекательности государственной гражданской службы в российском обществе / А. Р. Алимгафарова // Молодой ученый. — 2016. — № 1 (105). — С. 785.
2. Ростомян, А. Р. Роль СМИ в процессе формирования положительного имиджа государственного служащего / А. Р. Ростомян // Коммуникология: электронный научный журнал. — 2017. — № 4 (2). — С. 59.
3. Сорокина, Е. В. Роль СМИ в формировании положительного имиджа государственного служащего / Е. В. Сорокина, Д. О. Селентьева, А. В. Сурина, Е. А. Черкасова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2019. — № 3 (14). — С. 142–145.
4. Тарасова, Ю. А. Технологии связей с общественностью в формировании имиджа государственной службы / Ю. А. Тарасова // Управленческое консультирование. — 2015. — № 5 (5). — С. 29–37.
5. Шарин, В. И. Престижность профессии государственного служащего / В. И. Шарин, М. В. Моисеева // e-FORUM. — 2019. — № 1 (2). — С. 1–9.

Социальные сети как инструмент продвижения бизнеса на территории Российской Федерации в реалиях 2023 года

Табашникова Ксения Сергеевна, преподаватель;

Яговцева Анастасия Антоновна, студент

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

В статье рассмотрена тема продвижения бизнеса в социальных сетях, представлены данные статистических отчётов по оттоку и приросту аудитории и контента в социальных сетях в РФ с марта 2022 года, описаны тенденции развития социальных сетей.

Ключевые слова: социальная сеть, заведение, SMM, Российская Федерация, продвижение бизнеса

Современному человеку практически невозможно представить, что интересующая его организация не представлена в социальных сетях. Сейчас наше мнение о компании формируется ещё до того, как мы начинаем коммуникацию с ней. Бизнесу важно создать такую точку контакта с клиентом в социальных сетях, чтобы понравиться ему ещё до непосредственного взаимодействия.

С февраля 2022 года в общественно-политической жизни Российской Федерации наблюдаются изменения, которые оказывают значительное влияние, в том числе, и на способы продвижения бизнеса. В марте 2022 года организация Meta¹, к которой относятся Instagram* и Facebook* была признана экстремистской, что повлекло за собой полное приостановление коммерческой и рекламной деятельности на указанных платформах для российских пользователей. По данным мониторинговой системы Brand Analytics [2] в Instagram* замечены самые большие оттоки: в период с 24.02.2022 по 24.03.2022 – 30% по контенту и – 31% по числу авторов. Facebook* был менее популярен в РФ, поэтому после его блокировки «потери» оказались меньше.

Актуальность настоящего исследования определена острой необходимостью поиска эффективных рабочих инструментов, способных компенсировать отсутствие описанных выше социальных сетей с их рекламными возможностями, для продвижения бизнеса на территории Российской Федерации.

После запрета и самоцензуры зарубежных социальных сетей русскоязычные пользователи мигрировали в Telegram и ВКонтакте. Telegram показал рекордный, относительно других, прирост числа авторов — на 144% [1]. ВКонтакте вернул себе лидерство по числу авторов и снова является соцсетью № 1 в России как по числу авторов, так и по объёму контента [1].

Целью исследования является изучение тенденций и перспектив в продвижении бизнеса в социальных сетях в 2023 году на территории Российской Федерации.

Социальные сети — это интернет-ресурсы, предназначенные для обмена информацией различного формата. Маркетинг в социальных сетях или SMM — это форма маркетинга в цифровой среде, механизмы и инструменты которого используются в социальных сетях для привлечения аудитории и клиентов [3]. SMM для бизнес-аккаунтов

включает в себя публикацию тематических постов, ответы на сообщения пользователей и, самое главное, разработку индивидуальной стратегии для компании. Помимо наполнения аккаунта профессиональными и эстетичными фото важно понимать цель их публикации и аудиторию, на которую они направлены. На сегодняшний день социальные сети являются одним из самых эффективных из бесплатных и условно бесплатных каналов продвижения.

Основные цели присутствия бизнеса в социальных сетях: привлечение дополнительного трафика (лидогенерация), например, на сайт компании для повышения объёмов продаж; повышение лояльности клиентов компании благодаря «тёплому», иногда неформальному взаимодействию; рост узнаваемости бренда; создание и/или улучшение имиджа компании; формирование репутации компании, бренда или продукта.

В книге «Просто лучше. Завоевывать и удерживать потребителей, предоставляя самое существенное» авторы, профессора маркетинга, Патрик Бервайз и Шон Михан рассуждают о том, что действительно важно для потребителя при выборе бренда. Первым предварительным условием попадания бренда в ряд рассматриваемых авторы называют наличие осведомлённости. Вторым предварительным условием обозначают понимание потребителем того, что бренд действительно предоставит основные преимущества категории [4].

Задача по улучшению осведомлённости, являясь очевидным условием продвижения бизнеса на начальном этапе, зачастую отходит на второй план: создатели продукта/бизнеса, будучи глубоко погруженными в работу над этим продуктом, попадают в ловушку псевдо-осведомлённости, когда ближайшее окружение действительно находится в глубоком контексте и формирует информационный пузырь, за пределами которого на самом деле мало кто знает о существовании продукта/бизнеса. Даже самый очевидно полезный бизнес, особенно на старте, должен быть освещен и прорекламирован. Стоит также отметить, упомянутый в книге, так называемый «эффект простого воздействия», описанный Робертом Зайонцем еще в 1968 году в статье «Эффекты отношения к простому воздействию». Вывод эксперимента учёного оказался таким, что субъекты предпочитают то, что им показывали кратковременно, но несколько раз тому, что они видели раз или два, или не видели вовсе. До определённого момента узнава-

¹ Признана в России экстремистской организацией и запрещена.

мость бренда усиливает его привлекательность для потребителей. Таким образом можно сделать следующий вывод: бизнесу необходимо присутствовать в разных социальных медиа для увеличения узнаваемости. Главное — выбирать актуальные темы и подходящие форматы для конкретной социальной сети и аудитории.

Так, например, подписчиков аккаунтов точек общественного питания в социальных сетях можно разделить на несколько условных категорий. Мы выделили шесть типов, относительно мотивации к подписке:

1. Любитель. Посещает данное заведение довольно часто и целенаправленно, считает ценности бренда — они ему импонируют, готов на переплату, немного знает про бэкграунд заведения. Подписан на социальные сети заведения, чтобы следить за обновлениями в ресторане по типу специального/сезонного меню, тематических мероприятий, получать эмоции от «любимчиков». Выкладывает фото из заведения в соц. сеть редко, ему важнее отношение к нему непосредственно в заведении.

2. Посетитель. Приходит в заведение часто, но его интерес обусловлен удобным расположением заведения, например, к работе, он не делает акцент на ценностях и миссии, может не углубляться в информацию про создателя, шефа и т.д. Подписан на социальные сети заведения, чтобы быстро найти сервисную информацию (адрес, время работы, специальные предложения), следит за новостями по типу меню бизнес-ланчей. Свой прием пищи не фотографирует.

3. Адвокат-амбассадор. Может ходить не очень часто или не оставлять большой чек, но будет рекомендовать всем: своим подписчикам, друзьям, родственникам. Считывает ценности и позиционирование бренда, погружён в бэкграунд (знает создателей, шефа, управленцев), регулярно отмечает заведение на фотографиях в своих соц. сетях, может писать свои отзывы и комментировать публикации самого ресторана. Подписан на социальные сети заведения, чтоб первым узнавать о новинках и изменениях, мероприятиях, быть сопричастным к бренду. Ему важна обратная связь от заведения в медиа (репост, реакция, благодарность, живой диалог)

4. Модный исследователь-тусовщик. Человек, который предпочитает посещать новые модные места. Подписан с начала работы заведения на непродолжительный срок, пока «изучает его». Довольно поверхностно интересуется заведением, скорее всего выложит фотографию с отметкой в соцсети и поделится с друзьями новостью об открытии нового места.

5. Онлайн-прагматик. В заведении не был, нет сформированного мнения о нём, боится прийти в заведение без предварительного изучения. Подписан на социальные сети, чтобы ознакомиться с заведением: цены, специальные предложения, акции.

6. Хейтер: разочарованный, активист. Разочарованный: Подписчик уже посетил заведение, его разочаровало что-то не очень значимое, продолжает скептически наблюдать за заведением, ждёт какой-то «знак», что заведение

достойно ещё одного шанса. Активист: скорее всего, был в заведении 1–2 раза, любитель выразить свой негатив в интернете, пишет провокационные комментарии, чтобы а) что-то получить от заведения в качестве комплимента; б) снизить репутацию заведения в публичном пространстве.

Каждая соцсеть в большей или меньшей степени ориентирована на определённый тип контента: текст, фото или видео. Соответственно, подписчики на разных платформах ожидают дифференцированный подход.

Рассмотрим доступные социальные сети для продвижения в России на 2023 год. В данный момент одна из самых популярных и универсальных — это социальная сеть ВКонтакте. Это старая и понятная площадка, которая получила новый виток развития: появился раздел VK клипы, истории, возможности таргетированной рекламы стали шире. По данным отчёта [5] за третий квартал средняя месячная аудитория выросла на 6,9% год к году до рекордных 76,9 млн пользователей, количество созданных сообществ в России увеличилось на 28%, охват социальной сети ВКонтакте в сентябре 2022 года составил 85% российской интернет-аудиторию.

С момента объявления о блокировке Instagram* и Facebook* многие компании и частные блоги начали создавать каналы в Telegram. Для большинства пользователей эта платформа оказалась приоритетной по разным причинам. По данным Brand Analytics [1] в 2022 году Telegram демонстрирует рекордные показатели: по относительному приросту авторов — плюс 144%, и по относительному приросту контента — плюс 159%.

На платформе Telegram, в основном, аккумулируется новостная повестка. Экспертные и развлекательные направления, каналы компаний и личные блоги менее популярны на платформе. Однако, с момента блокировки мировых соцсетей мы видим рост популярности, в том числе, тематических блогов. Теперь Telegram стал новым средством взаимодействия с аудиторией, в какой-то степени, социальной сетью, но в то же время остался мессенджером.

Основной сложностью для ведения блогов на базе Telegram стал вопрос механики продвижения и монетизации канала. На платформе нет общей новостной ленты, а таргетированная реклама на текущий момент предполагает колоссальные бюджеты, поэтому основной используемый инструмент привлечения подписчиков — призыв к подписке в своих других социальных сетях. Для решения проблем с продвижением разработчики Telegram уже в тестовом режиме запустили рекламу в каналах (появляется только в крупных публичных каналах с более, чем 1000 подписчиками и ограничены 160 символами), а для монетизации недавно появилась возможность публикации платного контента и оформления платной подписки на канал.

Говоря о трендах последних трех лет, можно отметить, что пандемийный 2020-й стал годом активного роста авторов (+30%). 2021-й стал годом ожидания, а 2022-й — годом резкого роста контента (+36%) в качестве ответной реакции на общественно-политические события [1].

Рост объёма русскоязычного контента в 2022 году обеспечили Telegram и ВКонтакте, а в 2023 году ожидается рекордное по активности развитие этих платформ. Важность присутствия брендов и бизнесов в социальных сетях сложно недооценить, это один из основных каналов коммуникации с аудиторией. С каждым годом количество

пользователей социальных медиа, а также их активность растут, а внутренние возможности различных платформ настраиваются под потребности бизнеса. Компаниям необходимо находиться и транслировать себя в актуальных социальных сетях для успешной реализации маркетинговой стратегии.

Литература:

1. Василий, Чёрный Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2022 / Чёрный Василий. — Текст: электронный //: [сайт]. — URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2022/> (дата обращения: 23.01.2023).
2. Василий, Чёрный Как изменились соцсети в марте 2022 года / Чёрный Василий. — Текст: электронный //: [сайт]. — URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-march-2022/> (дата обращения: 23.01.2023).
3. Рыков Е. А., Кадина А. П. SMM и социальные сети: влияние на экономику и продвижение бизнеса // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 11–2: электронный //: [сайт]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smm-i-sotsialnye-seti-vliyanie-na-ekonomiku-i-prodvizhenie-biznesa> (дата обращения: 23.01.2023).
4. Бервайз, П., Михан Ш. Просто лучше. Завоевывать и удерживать потребителей, предоставляя самое ответственное / П. Бервайз, Ш. Михан. — Санкт-Петербург: Стокгольмская школа экономики, 2005. — 218 с.
5. Финансовые и операционные результаты VK за третий квартал 2022 года. — Текст: электронный // URL: <https://vk.com/press/releases/11320/> (дата обращения: 23.01.2023).

Уровни рыночной конкуренции

Хвостов Александр Сергеевич, студент

Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В настоящее время на рынке представлено множество различных товаров и услуг, конкурирующих между собой. Можно сказать, что за ограниченные ресурсы, в понятие которых включаются и денежные средства, ведется конкуренция между всеми товарами и услугами. Но поскольку менеджеры по продукту не рассматривают конкуренцию за ресурсы, то главным вопросом в определении конкуренции будет насколько энергично они конкурируют между собой.

Эта статья посвящена определению конкуренции, ориентированной на потребителя, то есть, другими словами, под понятием «конкурент» понимаются участники рынка, стремящиеся заполучить тех же потребителей, что и ваша компания.

Ключевые слова: управление продуктом, конкуренция, продуктовая форма, продуктовая категория, родовой продукт.

Маркетологи довольно часто подходят к определению границ конкуренции слишком узко. Например, менеджер по продукту, занимающийся линией ноутбуков, часто основными конкурентами будет считать другие компании, занимающиеся выпуском ноутбуков. Такой подход, как правило, ориентирован на достижение краткосрочных результатов компании, что может оказаться опасным для компании. На самом деле конкуренция на данном рынке будет шире, чем может показаться на первый взгляд. Например, человек поступает в университет и решает, что ему необходима техника для учебы. Для выбора он задает такие параметры: компактность, небольшой вес, достаточная производительность, удобство использования. В таком случае этот человек будет выбирать не только между разными ноутбуками, но и планшетами, которые, на время написания статьи, соответствуют всем данным параметрам. Очевидно, что в таком случае конкурирующими продуктами становятся две категории продуктов — планшеты и ноутбуки.

Неверное определение конкуренции приводит к неопределенности при определении рынка, а соответственно и к неточной статистике, например размеру занимаемой доли рынка. Например, размер занимаемой доли рынка у шоколадного батончика может быть 20% в рамках продуктовой категории «шоколадный батончик», но при использовании более широкой категории, например «закуска», занимая доля может оказаться крайне малой.

Таким образом в данной статье автор исходит из того, что на конкретную продуктовую стратегию в конечном счете влияет определение конкретной конкурентной ситуации, а также определение рамок конкуренции может оказаться слишком широким или наоборот узким. Конечно, нельзя назвать такой подход единственно верным, так как компании могут по-разному обозначать рамки конкуренции: путем определения рынка, где участвует компания; корпоративной миссией или какими-либо другими рамками. Но в реальности конкурентов не будет интере-

совать, как ваша компания осуществляет для себя выбор конкуренции, что может дать им возможность беспрепятственно конкурировать с вашим продуктом.

Список конкурентов бренда определить по степени сходства физических свойств продукта. Свойство продукта определяется наличием или отсутствием какой-либо характеристики, присущей данному продукту.

Самая узкая конкуренция проявляется в конкуренции по продуктовой форме. В данном проявлении конкуренции продукты ориентированы на одни и те же сегменты рынка, а также имеют одинаковые свойства. Если взять пример конкуренции Coca-Cola и Pepsi, то можно заметить, что оба напитка схожи по своим свойствам, а также привлекают потребителей, желающих купить сладкий газированный напиток.

Исходя из этого, можно сказать, что конкуренция на основе продуктовой формы осуществляется в узких рамках, так как конкурирующими продуктами рассматриваются только те, что являются схожими по своим свойствам. Такой подход может быть оправдан в рамках краткосрочной перспективы, так как он учитывает только наиболее опасных для компании участников рынка. Однако, такое узкое определение конкурентов может отрицательно повлиять на удержание позиций компании в долгосрочной перспективе, в силу того что оно не отражает реальной конкуренции в отрасли. Поэтому количество конкурентов для анализа конкуренции долгосрочной перспективы следует расширять.

Следующий уровень конкуренции охватывает продукты или услуги, имеющие аналогичные свойства. То есть, конкурирующих на основе продуктовой категории. Продолжая приведенный пример сладких напитков, конкурентами на данном уровне будут считаться все сладкие безалкогольные напитки (диетические разновидности напитков, в том числе и Coca-Cola Diet, холодные чаи и другие сладкие напитки). На практике состав конкурентов следует определять именно таким образом. Несмотря на то, что данный подход к определению конкуренции является более широким по сравнению с анализом конкуренции на основе продуктовой формы, он позволяет получить более приближенную перспективу развития рынка.

Третий уровень конкуренции включает взаимозаменяемые продуктовые категории и называется родовой конкуренцией. Для определения границ родовой конкуренции стоит задуматься, с какой целью покупается ваш продукт. Из приведенного автором примера с напитками, можно установить различные цели, например утоление жажды. В таком случае Coca-Cola и Pepsi будут конкурировать не только на рынке сладких напитков, но и питьевой водой, которая используется в этих же целях. В случае приобретения данных напитков для проведения вечеринок, товарами-субститутами необходимо считать любые алкогольные напитки. По мнению автора статьи, с приведенным примером напитков в рамках родовой конкуренции необходимо учитывать оба описанных варианта.

Подход к определению конкуренции на основе запросов потребителей полезен, если менеджер по продукту не желает упустить из виду потенциальные угрозы или проигнорировать возникающие возможности. Этот подход описывается в статье Т. Левитта в 1960 году, где указывается, что некоторые отрасли слишком узко определяют сферу своего бизнеса. Так, например, компании, осуществляющие железнодорожные перевозки рассматривали свой бизнес только со стороны перевозок по железным дорогам, а не перевозок в целом, из-за чего автомобильные перевозчики и авиалинии смогли заполучить значительную долю рынка перевозок. Положительным примером можно назвать компанию Brunswick — производителя бильярдных столов, которая считала себя участником мебельного рынка и конкурировала на рынке дизайнерских продуктов украшения дома.

Основным различием между родовой конкуренцией и конкуренциями на основе продуктовой категории или формы является то, что конкурентов по продуктовой категории или форме определяют по аналогичным свойствам продукта, а конкуренты на основе родовой конкуренции выходят за данные рамки и включают анализ нужд потребителей. Здесь можно сделать вывод, что конкуренцию между компаниями определяет не менеджер по продукту, а потребитель, так как именно он из имеющихся предложений на рынке выбирает тот продукт, который, по мнению потребителя, сможет наиболее полно удовлетворить его нужду.

Благодаря анализу родовой конкуренции при определении конкурентов компания лоукостер Southwest Airlines смогла стать самой успешной авиакомпанией в США. Компания при разработке своей концепции не стала ограничиваться конкурентами только из отрасли авиаперевозок, так как потребитель также может выбрать и путешествие на автомобиле или поезде. Обратив внимание на факторы, побуждающие потребителей выбирать в качестве альтернативных средств путешествий на короткие расстояния автомобили или поезда, Southwest пришла к выводу, что следует отказаться или сократить до минимума дополнительные услуги, оказываемые во время полета, что позволило компании предложить на рынке новый привлекательный вариант путешествий даже на короткие расстояния.

Последний уровень конкуренции включает в себя всех участников рынка, так как на этом уровне конкуренция осуществляется за деньги потребителя, или конкуренция за бюджет. Обуславливается данный уровень тем, что каждый потребитель имеет ограниченный бюджет и самостоятельно выбирает на что его потратить. Например, потребитель, имеющий в своем распоряжении 50 000 руб. может выбирать между поездкой на отдых, вкладом в банк или покупке новой кухонной утвари для дома. Таким образом, на данном уровне компании необходимо убедить конкурента, что трата бюджета на продукт или услугу данной компании является наиболее выгодным для потребителя. Стоит уточнить, что такой подход на концептуальном

уровне может оказаться полезен, но тяжело реализуемым стратегически, поскольку число учитываемых конкурентов оказывается слишком большим.

Использование описанной четырехуровневой модели конкуренции усложнит создание маркетингового плана и стратегии продукта в целом, так как на каждом уровне конкуренции необходимо решить свои собственные задачи. Так, например, при конкуренции на основе формы продукта необходимо убедить потребителя, что ваш продукт является лучшим, чем аналогичные продукты конкурентов, при этом дополнительные маркетинговые мероприятия, как правило, не обязательны. Однако, при конкуренции на следующих уровнях увеличивается и количество конкурентов, что вызывает необходимость использования новых маркетинговых приемов.

В общем виде задачи менеджера по продукту на каждом уровне конкуренции могут выглядеть следующим образом:

- На основе продуктовой формы — необходимо убедить потребителей, что ваш продукт лучше аналогичных;
- На основе продуктовой категории — необходимо убедить потребителя, что ваш продукт с данной продуктовой формой, лучше других в продуктовой категории;

— На основе родовой конкуренции — необходимо убедить потребителя, что продуктовая категория, в которой находится ваш продукт, удовлетворяет запросы потребителя полнее, чем другие категории.

— На бюджетном уровне — убеждение потребителя в том, что приобретение родовой категории, в которой состоит ваш продукт — лучший способ расходования бюджета.

Подводя итог, стоит уточнить, что не стоит рассматривать все представленные на том или ином рынке продукты в виде конкурентов вашему продукту. Причина тому — ограниченные средства, в том числе и денежные, которых, вероятно, может не хватить для ведения конкурентной борьбы со всеми участниками рынка. Автор убежден, что целесообразнее выбрать несколько наиболее опасных конкурентов на каждом уровне описанной модели. Под понятием «опасный конкурент» понимается значение наиболее приближенных по продуктовой форме к вашей товаров конкурентов по мнению потребителей, а также товаров-субститутов. Остальных конкурентов не стоит списывать со счетов, другими словами, необходимо следить за их действиями и анализировать их, с целью не упустить возможные угрозы для вашего продукта.

Литература:

1. T. Levitt. Growth and Profits Through Planned Marketing Innovation, Journal of Marketing Vol. 24, No. 4 (Apr., 1960), pp. 1–8 (8 pages).
2. Дональд Р. Леманн, Рассел С. Винер. Управление продуктом — М.: «ЮНИТИ-ДАНА», 2017.

БИОЛОГИЯ

Негативное влияние антропогенного фактора на популяцию амурского тигра

Кристалль Александр Викторович, студент магистратуры

Российский государственный аграрный заочный университет (г. Балашиха)

В статье автор рассматривает негативное влияние антропогенного фактора на популяцию амурского тигра.

Ключевые слова: амурский тигр, антропогенное влияние.

Семейство кошачьих представляет собой вершину эволюции хищных млекопитающих. Это наиболее высокоспециализированные хищники, питающиеся в основном мясом теплокровных животных. Однако в современном мире при постоянно усиливающейся антропогенной нагрузке на экосистемы и увеличении фрагментации местообитаний численность большинства видов кошачьих снижается. Амурский тигр, как памятник природы и истории, имеет огромную научную ценность. Охрана уникального животного стала делом не только России, но и всего международного сообщества. Ещё в конце XIX — начале XX веков тигр в России считался охотничьим видом, что к началу 1930-х годов прошлого столетия привело к сокращению популяции этих животных до 20–30 особей. В 1947 году в нашей стране был введён официальный запрет охоты на тигра, что наряду с мобилизацией охотников в годы Великой Отечественной войны, сокращением численности мужского населения в военные и послевоенные годы, привело к резкому росту численности популяции к 1960-м годам до 90–100 особей, которая к 1984 году насчитывала уже около 200 особей с дальнейшей тенденцией прироста количества особей. Однако, уже в 1990-х годах бесконтрольная тотальная вырубка кедровых лесов, браконьерство как со стороны граждан России, так и со стороны иностранных граждан, с це-

лью получения прибыли от торговли тигрятами, ценными частями и дериватами привели к снижению устойчивого прироста численности амурских тигров, а впоследствии — и вовсе к сокращению популяции. В последнее десятилетие намечалась тенденция к росту популяции тигра. В настоящее время популяцию оценивают приблизительно в 700 единиц. Очевидно, что нужно принять все меры к тому, чтобы тенденция к росту популяции сохранилась.

Мировым сообществом (в т. ч. и Россией) проделывается колоссальная работа, тратятся миллионы финансовых средств, но все эти меры не будут работать и будут иметь очень маленький эффект, пока жадность человека будет преобладать над моралью и нравственностью. Все меры направлены на исправление «следствий», но надо бороться с причиной. Единственная причина вымирания тигра — антропогенное воздействие. Наиболее существенным фактором, угрожающим существованию амурского тигра в России, является его прямое уничтожение. Как показывают исследования, 72–83% случаев гибели тигров происходят по вине человека, главным образом в результате браконьерства. Естественная гибель составляет лишь 17–28%. Для подтверждения хочу обратиться к статистике.

Проведен сравнительный анализ динамики популяции амурского тигра за все время учета, а также его ареала.

Таблица 1. Оценка пригодных местообитаний амурского тигра (кв. км) [1]

Зоны	Россия	% доля от исторического ареала	Китай	% доля от исторического ареала	Весь ареал	% доля от исторического ареала
Исторический ареал (1900)	567 452	100,00%	412 247	100,00%	979 699	100,00%
Современный ареал	157 392	27,74%	22 792	5,53%	180 184	18,39%

Расчетная площадь местообитаний, занятых размножающимися группировками тигра, составила в России 28% от исторического ареала (в 3,5 раза меньше), а в Китае — только 5% (в 20 раз меньше). Т. е. при достигнутых показателях исполнения «Стратегии сохранения амурского тигра в Российской Федерации», при популяции в 700 единиц

и заверении в грандиозных успехах реализации национальных проектов, текущий ареал тигра ничтожно мал по сравнению с историческим ареалом. Таким образом остаются колоссальные площади, которые приспособлены для воспроизведения популяции тигра без необходимости вливания колоссальных финансовых и трудовых ресурсов.

Использование данных территорий при релокации части популяции позволит снизить нагрузку с текущего ареала, обеспечив и оставшихся, и переселенных тигров кормовой базой, территориями и пониженной конкуренцией между собой в условиях ограниченной кормовой базы.

Колоссальное отрицательное антропогенное влияние можно оценить, проанализировав следующую, составленную мною таблицу (Таблица 2):

Таблица 2. Изменение популяции амурского тигра за все время наблюдений

Год	Количество особей	Общий рост популяции к предыдущему периоду, %	Абсолютный прирост популяции за 1 год предыдущего периода	Прирост популяции на 1 тигра в год за предыдущий период
1840–1880	~1000			
1940	25–30			
1960	90–100	345%	3,4	0,113
1970	150	158%	5,5	0,055
1980	180–200	127%	4	0,027
1995–1996	415–476	234%	17,03	0,085
2004–2005	490	110%	4,45	0,010
2015	525–540	108,7%	4,25	0,008
2019	580	108,9%	11,88	0,024
2022	700	121%	30,00	0,052

При популяции в 400–600 тигров в 1995–2019 годах ежегодный абсолютный прирост находился на уровне 70–80-х годов, когда популяция была в 4–5 раз меньше (100–150 тигров) — за каждый год популяция увеличивалась на 4–6 тигров. 4 тигра в год при популяции в 400–500 тигров. Это катастрофические цифры. А если брать относительные цифры на 1 тигра, то с 1995 года по 2019 год — это самый плохой показатель за всю историю наблюдений. При прочих равных условиях рост популяции прямо пропорционален общему количеству особей. Но за период с 1995 по 2019 годы самая крупная популяция тигра за всю историю наблюдений (с 1940 года) увеличивалась самыми минимальными темпами за всю историю наблюдений (0,01–0,02 единицы на 1 особь в год) со всеми принимаемыми международным сообществом мерами, это в 5–10 раз медленнее чем в период 70–80-х годов 20 века, когда возможностей и средств было в разы меньше, как для наблюде-

ния и воспроизводства популяции, так и взаимодействия между странами, когда воспроизводство и защита тигра не была национальной программой, курируемой президентом страны.

Согласно официальным данным, количество половозрелых самок составляет около 40% (не считая 7% численности не отнесены ни к одной из половозрастных групп и могут являться как взрослыми и молодыми самками, так и тигрятами обоих полов). Также согласно все того же официального документа «Стратегии сохранения амурского тигра в Российской Федерации», которая утверждена распоряжением Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации от 02.07.2010 № 25-р, фактический уровень воспроизводства с учетом смертности тигрят составляет в среднем 0,6–0,7 тигренка на одну самку в год. Путем нехитрых вычислений, даже имея популяцию в 500 особей (на уровне 90-х-2000-х годов), имеем:

Таблица 3. Количество воспроизводимых тигрят популяцией

Количество особей	Из них половозрелых самок	Уровень воспроизводства	Среднее количество тигрят в год
500	200	0,6	120

Как показывают исследования, 72–83% случаев гибели тигров происходят по вине человека, главным образом в результате браконьерства. Естественная гибель составляет лишь 17–28%. Если учесть, что за период 1995–2019 годов популяция увеличивалась в среднем на 5–6 тигров в год (вместо расчетных более сотни) можно прикинуть настоящее количество уничтожаемых особей. Это максимальное количество за всю историю наблюдений. Лишь в последние несколько лет наметилась положительная динамика и сопоставимый популяции прирост тигров (30 тигров в год в абсолютной величине и 0,05 тигра на 1 тигра популяции

в относительной величине), что сопоставимо с темпами прироста в советский период. Переломный период в катастрофическом низком приросте и выход на положительную динамику совпал с заявлением министра юстиции РФ, председателя наблюдательного совета Центра «Амурский тигр» Константин Чуйченко на пленарной сессии «Статус выполнения глобальной программы восстановления тигра за период с 2010 по 2022 г» II Международного форума по сохранению тигра: «Количество убитых браконьерами амурских тигров за 10 лет сократилось с 50–70 особей в год до 15–20». [2]

Многие ученые называют основным лимитирующим фактором для популяции тигра его недостаточную кормовую базу. Но, по моему мнению, данный фактор не идет ни в какое сравнение с прямым уничтожением тигра — браконьерством. Кроме того, недостаточная кормовая база — тоже результат отрицательного антропогенного влияния — прямого уничтожения копытных и незаконная вырубка лесов — уничтожение ареала копытных и уже их кормовой базы. Для сравнения хочу привести статистику по Лазовскому району Приморского края: «В 1294 случаях причины гибели копытных были определены (1046 пятнистых оленей, 89 изюбрей, 72 кабана, 51 косуля, 5 кабарог, 9 горалов и 22 копытных, до вида не определенные). 24% из них стали добычей тигра, 60,7% убили браконьеры, 2,2% добыли собаки и по 0,5% животных погибли от других хищников и стали жертвами несчастного случая. По сравнению с 1981–88 гг. в настоящее время (2003 г.) уровень браконьерства в заповеднике и на прилегающей территории вырос примерно в два раза. Если же учитывать данные, собранные со всей территории Лазовского района, то число незаконных отстрелов увеличилось в 8 раз (Salkina, 2000)». [3] То есть 1) Именно рост количества браконьеров является одной из основных причин нехватки кормовой базы тигра в определенные периоды (т. е. лимитирующий фактор — нехватки кормовой базы, на самом деле, лимитирующий фактор — количество браконьеров и убиваемое ими количество копытных; 2) В данной выборке браконьерами убивается почти в 3 раза больше животных чем добывает тигр для своего пропитания. То есть исключив такую про-

блему как браконьерство — потенциальная кормовая база для тигра на данном участке сразу увеличится в 3 раза, и соответственно, проблема нехватки пищи пропадет.

Также очень важен следующий аспект. Отрицательное воздействие хищника на популяцию копытных, в частности, пятнистого оленя снижается вследствие смещения избирательности в сторону самцов (что немаловажно для полигамных видов) и особей младших и старших, наименее активных в репродуктивном отношении классов. Браконьеры же не только подрывают численность копытных, но чаще отстреливают самок и особей репродуктивно активных возрастных классов. [3] Браконьерская деятельность губительна не только в абсолютном выражении, но и в качественном. В то время как тигр предпочитает охотиться на самцов (из-за их массы, следовательно меньше временные и энергетические затраты на добычу 1 килограмма пищи) и легкую добычу (слишком старые и слишком молодые особи), тем самым нанося популяции наименьший вред, браконьер добывает и уничтожает самых важных для воспроизводства популяции особей.

Для стабильного развития популяции на 1 тигра должно приходиться около 400 с небольшим копытных. Таким образом для развития популяции численностью 700 тигров необходима 300 000 популяция копытных. [4]

Если мы рассмотрим обеспеченность копытными популяции тигра в двух субъектах РФ (95% всей популяции тигра) — Приморском и Хабаровском краях (взяты только районы ареала тигра), за большой период времени, то получим следующие данные:

Таблица 4

Год	Всего популяция тигра	Численность тигра, Приморский край	Фактическая численность копытных Приморского края	Необходимо для благополучного развития популяции	Фактическое количество копытных на 1 тигра
	700			300 000,00	428,57
1979	229	195	40 000,00	83 571,43	364,94
1985	250	210	70 000,00	90 000,00	333,33
1989	нет данных	295	140 000,00	126 428,57	474,58
1996	415–476	378	100 000,00	162 000,00	264,55
2005	428–502	391	100 000,00	167 571,43	255,75
2015	525–540	426	150 000,00	182 571,43	352,11
2019	580	464	180 000,00	198 857,14	387,93
2022	750	600	190 224,00	257 142,86	317,04

Таблица 5

Год	Численность тигра, Хабаровский край	Фактическая численность копытных Хабаровского края	Ориентировочная среднегодовая популяция в ареале тигра (пропорционально ареалу тигра и количеству копытных по районам Хаб. Кр. 2005 года)	Для развития популяции	Фактическое количество копытных на 1 тигра
				300 000,00	428,57
1957	23	70 000,00	35 268,03	9 857,14	1 533,39
1959	35	70 000,00	35 268,03	15 000,00	1 007,66
1970	20	70 000,00	35 268,03	8 571,43	1 763,40

Год	Численность тигра, Хабаровский край	Фактическая численность копытных Хабаровского края	Ориентировочная среднегодовая популяция в ареале тигра (пропорционально ареалу тигра и количеству копытных по районам Хаб. Кр. 2005 года)	Для развития популяции	Фактическое количество копытных на 1 тигра
1979	34	100 000,00	50 382,90	14 571,43	1 481,85
1985	69	100 000,00	50 382,90	29 571,43	730,19
1986	91	120 000,00	60 459,48	39 000,00	664,39
1990	64	200 000,00	100 765,80	27 428,57	1 574,47
1993	55	150 000,00	75 574,35	23 571,43	1 374,08
1994	58	100 000,00	50 382,90	24 857,14	868,67
1996	71	120 000,00	60 459,48	30 428,57	851,54
2005	77	104 988,00	52 896,00	33 000,00	686,96
2015	100	200 000,00	100 765,80	42 857,14	1 007,66

Сразу оговорюсь, что при расчете обеспеченности копытными по Хабаровскому краю данные по копытным брались только по районам ареала тигра: была взята численность копытных периода 2005 года — самый худший год с точки зрения обеспеченности тигром копытными — большая популяция тигра и маленькая популяция копытных. Даже при наихудшей обеспеченности копытными (максимальная численность тигра и минимальная численность копытных в ареале тигра) обеспеченность кормовой базы была в 1,5 раза выше норматива для благополучного развития (686 копытных на 1 тигра, при нормативе 428). [5] (Аналогичная ситуация была в 1986 году, но мне не удалось найти данные по копытным в ареале тигра 1986 года). Соответственно в другие периоды можно предположить, что обеспеченность была еще выше, так как популяция тигра была меньше, а копытных было на порядок больше.

Согласно полученным данным: В Приморском крае за более чем 40 лет наблюдения популяция тигра практически никогда не была обеспечена кормовой базой для благополучного развития. Даже в период 2019–2022 годов, когда популяция растет наибольшими темпами за последние 20 лет — тигр не обеспечен кормовой базой до «норматива» (в 428 копытных на 1 тигра), при этом его численность за несколько лет выросла почти в 1,5 раза. (что напому совпало с заявлением об уменьшении ежегодно убитых браконьерами тиграми с 70 до 15–20).

При этом в Хабаровском крае за весь период наблюдения обеспеченность копытными в ареале тигра **всегда** превышала «норматив» минимум в 1,5–2 раза (а в некоторые периоды и в 3–4 раза), но за период с 1986 года по 2015 (почти 30 лет) популяция тигра практически не увеличи-

лась, а в некоторые периоды наблюдений даже сокращалась (практически в 1,5 раза).

Сравнение этих двух таблиц и их диаметрально противоположных показателей дает понять, что кормовая база не является основным лимитирующим фактором развития популяции, что оставляет единственный основной лимитирующий фактор — браконьерство и прямое уничтожение тигра.

Кроме того, общеизвестен факт, что тигр практически всеяден и за неимением основного «рациона» питания в лице отдельных видов копытных может восполнить рацион другими животными (другим видом копытных, млекопитающими, пресмыкающимися, членистоногими, птицей, рыбой, ягодами, орехами, и т. д.), может обходиться без еды в течение 7–10 дней и способен за это время преодолеть несколько сотен километров в поисках пищи).

Таким образом, подводя итог, можно сделать следующие выводы:

Рассмотрев динамику популяции амурского тигра, различные факторы и аспекты, влияющие на состояние популяции амурского тигра, можно сделать следующие выводы:

1) Основной фактор и главная угроза популяции амурского тигра в нашей стране — негативная антропогенная деятельность.

2) Наиболее эффективным способом увеличения популяции тигра на данном этапе является не положительная деятельность, направленная на экологию вида (популяцию, ареал, кормовую базу), а деятельность, направленная на нивелирование отрицательных эффектов и факторов антропогенного воздействия.

Литература:

1. Дарман, Ю. А. Тигриный эконет — «Итоги формирования сети особо охраняемых природных территорий для амурского тигра» // Международный научно-практический симпозиум «Сохранение популяции амурского тигра: итоги, проблемы и перспективы». — Хабаровск: ДВГУПС, 2018. — С. 84–99.
2. <https://rg.ru/2022/09/05/chujchenko-chislo-ubityh-brakonierami-amurskih-tigrov-v-rf-sokratilos-v-tri-raza-za-10-let.html>

3. Салькина, Г.П. Амурский тигр и его биоценотические связи в южном Сихотэ-Алине: специальность 03.00.16 «Экология»: диссертация на соискание ученой степени кандидата биологических наук / Салькина Галина Петровна; Дальневосточное отделение Российской академии наук. — Владивосток, 2003. — 162 с.
4. Данилкин, А. А. К проблеме сохранения тигра и леопарда в России: кормовой аспект / Вестник охотоведения. — 2023. — № 1.
5. Дунищенко Ю. М., Даренский А. А., Ресурсы диких копытных животных Хабаровского края; Рос. акад. с.-х. наук, Гос. науч. учреждение Всерос. науч.-исслед. ин-т охотничьего хоз-ва и звероводства им. Б. М. Житкова (ГНУ ВНИИОЗ), Дальневост. фил., Всемир. фонд дикой природы (WWF) — Россия, Дальневост. фил. — Владивосток: Дальнаука, 2006 (Владивосток: Дальнаука). — 91 с.

СОЦИОЛОГИЯ

Главные задачи государства в системе социальной защиты молодой семьи

Белюсова Алина Александровна, студент магистратуры
Курский государственный университет

В статье рассматриваются вопросы о социальной защите молодой семьи. Проанализированы характерные особенности молодой семьи в современном обществе. Затрагивается помощь государства для поддержания материального положения молодой семьи.

Ключевые слова: молодая семья, малоимущие жители, социальная защита, помощь, благосостояние.

The main tasks of the state in the system of social protection of young families

Belousova Alina Aleksandrovna, student master's degree
Kursk State University

The article deals with the issues of social protection of a new family. The characteristic features of the new family in society are analyzed. The help of the state for the financial situation of the future family is touched upon.

Keywords: young family, poor, social protection, assistance, welfare.

Актуальность темы заключается в том, что одной из главных задач политики государства — создание условий для благоприятного существования населения.

Президент Российской Федерации в послании Федеральному Собранию рассматривает социальные проблемы и запрос на перемены. Главные проблемы страны, прежде всего, связаны с улучшением экономики, решением накопившихся социальных проблем. В статье 7 Конституции РФ обозначено, что «Российская Федерация — социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека» [1].

Основная деятельность государства — социальная поддержка населения, малоимущих жителей, молодой семьи, детства, материнства. Социальная защита — это меры, направленные на соблюдение прав человека, на удовлетворение социальных потребностей общества.

Изучение семьи носит междисциплинарный характер и на сегодняшний день является актуальным направлением многих исследований. Особое место в изучении данного вопроса занимают малоимущие жители и семьи.

В настоящее время главной задачей для государства стало образование большого количества полноценных семей. Нужно сконцентрировать свое внимание на молодой семье, ведь это будущее нашей страны. В семье личность развивается, приобретает жизненный опыт, необходимые

социальные навыки, появляются новые жизненные ценности и предпочтения [4].

В Российской Федерации малоимущие семьи находятся под защитой государства. Социальная работа выполняется на уровне Федеральных и региональных органов власти. Государственная семейная политика обращена на улучшение условий жизни населения и является частью социальной политики. У каждого человека должен быть достойный уровень жизни. Право на это прописано в Федеральном законе от 05.04.2003 N 44-ФЗ (ред. от 24.04.2020) «О порядке учета доходов и расчета среднедушевого дохода семьи и дохода одиноко проживающего гражданина для признания их малоимущими и оказания им государственной социальной помощи» закреплено понятие «малоимущая семья» [2].

Социальная политика имеет важное значение в обеспечении жизнедеятельности семей, и от этой политики зависит занятость населения в сферах общественного труда, благосостояние, размер заработной платы. Для нашего государства важно защищать материнство, детство, осуществлять помощь семьям, которые нуждаются в поддержке, осуществлять поддержку малообеспеченным семьям [3].

Главные задачи государства в отношении молодых семей предоставлены на рисунке 1.



Рис. 1. Главные задачи государства в отношении молодых семей

В список малоимущих жителей, которые нуждаются в особой помощи, на первое место ставится молодая семья. Одним из важнейших направлений социальной политики страны является семейная политика, направленная на повышение роли и значимости семьи в обществе, поддержании и укреплении ее как социального института, формирование благоприятной политической и экономической среды для жизнедеятельности семьи, реализации ее основных социальных функций, на гармонизацию внутрисемейных отношений, взаимоотношений семьи, на обеспечение необходимых условий развития института семьи как основы стабильности политической системы общества.

В стране созданы Комитеты по делам малоимущего населения, администрации областей и республик, отделы в городах и районах, и они проводят работу по социальной помощи молодым семьям. Содержанием социальной работы является содействие функционированию семьи. Семья отражает в себе практически все социальные про-

блемы: мало обеспеченность, трудности многодетных семей, инвалидов [4].

Проанализировав данную ситуацию, можно прийти к выводу, что государственная поддержка очень важна для молодых семей. Систему государственной социальной защиты необходимо непрерывно совершенствовать, так как на нее возложена жизненно важная цель — оказание необходимой помощи конкретному человеку в сложной жизненной ситуации.

Социальная защита — это комплекс мер, предпринимаемых государством который направлен на достижение социальных целей, связанных с улучшением качества жизни населения, повышением общественного благосостояния и обеспечением социально-политической стабильности. Каждый гражданин имеет право на социальную защиту. Конституция возлагает обязанность на государство создавать все необходимые условия для осуществления этого права.

Литература:

1. Конституция РФ «Конституция Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».
2. Федеральный закон от 05.04.2003 N 44-ФЗ «О порядке учета доходов и расчета среднедушевого дохода семьи и дохода одиноко проживающего гражданина для признания их малоимущими и оказания им государственной социальной помощи» [Электронный ресурс] / Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».
3. Юдин В. П. Социальная защита: понятия, сущность, границы [Текст] // Просвещение. — 2016. — 122 с.
4. Холостова Е. И. Социальная политика [Текст] / Е. И. Холостова // Инфра — М. — 2017. — 137 с

Совершенствование социальной защиты малоимущего населения

Белоусова Алина Александровна, студент магистратуры

Курский государственный университет

В статье проанализированы проблемы развития социальной защиты малоимущего населения. Рассматриваются трудности бывших осужденных в поиске работы. Затрагивается помощь государства для оказания социальной реабилитации бывших осужденных.

Ключевые слова: социальная защита, реабилитация, помощь, адаптация.

Improving social protection of the poor population

Belousova Alina Aleksandrovna, student master's degree

Kursk State University

The article analyzes the problems of developing social protection of the poor. The difficulties of former convicts in finding work are considered. The assistance of the state for the provision of social rehabilitation of former convicts is touched upon.

Keywords: social protection, rehabilitation, assistance, adaptation.

На сегодняшний день социальная защита малоимущего населения представляет собой многопрофильную систему. Социальная защита в современных условиях требует новых механизмов, форм и методов ее реализации, основанных по оказанию населению необходимого комплекса социальных услуг.

Социальная защита населения основана на системе принципов:

- демократизма;
- комплексности;
- открытости;
- системности [4].

Создана необходимая нормативно-правовая база, регламентирующая все направления деятельности в области социальной защиты малоимущих жителей, в полном объеме выполняется её финансирование.

В Федеральном законе от 28.12.2013 N 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» отражена комплексная система социального обслуживания населения, учитывает предоставление социально-экономических, медико-социальных, психологических, социально-бытовых, правовых и других социальных услуг гражданам, которые попали в трудные жизненной ситуации, а так же поддержку молодым супругам для улучшения его жизнедеятельности [2].

Социальную работу обеспечивают организации или юридические лица, которые осуществляют социальное обслуживание.

В рамках государственной программы «Содействие занятости населения» ведется системная работа по созданию благоприятных условий для населения на рынке труда, адаптации ее к современным требованиям профессиональной подготовки и квалификации, снижению социальной напряженности в среде регионов [3].

Несмотря на то, что в стране проводятся различные мероприятия для поддержания малоимущего населения и ре-

гионы формирует комфортную городскую среду, проводит различные мероприятия для поддержания малоимущего населения, но забывается о том, что в поддержке нуждаются и люди отбывшие наказание в местах лишения свободы.

В вопросе социальной защиты малоимущего населения необходимо рассмотреть проблему адаптации бывших осужденных.

Актуальность темы заключается в том, что бывшим осужденным тяжело найти работу потому, что многие работодатели не хотят принимать их на работу.

Весь комплекс мероприятий по реабилитации этой категории осужденных можно оформить в виде особой программы Адаптации, которая будет включать в себя комплекс мер сопровождения заключенных с подходящими объективными данными, то есть по образованию, квалификации, профессии, готовыми пройти программу личной адаптации.

Актуальность создания программы адаптации в том, что работа предусматривает предоставление бывшим осужденным информации по проблеме трудоустройства и оказание организационной помощи в решении возникающих проблем.

Деятельность программы адаптации будет направлена на помощь в организации работы с бывшими осужденными.

Главная цель программы — содействие в увеличении числа трудоустроенных граждан.

Задачи программы:

- распространение информации о своей деятельности в местах лишения свободы;
- увеличение количества обращений бывших осужденных;
- рост числа трудоустроенных граждан;
- организация мероприятий в области профессиональной реабилитации бывших заключенных;
- повышение грамотности.

Программа рассчитана для бывших заключенных, которые хотят исправляться, и которым нужна помощь в исправлении.

Основной результат от внедрения данной программы:

- привлечение работодателей к проблеме трудоустройства;
- предоставление информации об имеющихся вакансиях;
- предоставление психологической помощи;
- распространение информации о программе адаптации бывших заключенных в области поиска подходящей работы.

Социальная значимость мероприятий заключается в следующем:

- будет создана общая база безработных бывших заключенных, доступная всем работодателям;
- бывшим заключенным будет оказываться помощь в трудоустройстве, что позволит снизить количество малоимущего населения.

Распространить информацию о программе адаптации бывших заключенных можно с помощью публикации в социальных сетях, объявления в местах лишения свободы, распространение брошюр.

Данное предложение — один из примеров решения актуальной проблемы: возвращение в число социально и экономически активных граждан, однажды переступивших закон. Речь здесь идет об утверждении справедливости даже для тех, кто когда-то нарушил закон.

Поэтому были предложены рекомендации по адаптации бывших заключенных, с помощью которых будет уменьшение роста увеличения малоимущего населения. Бывшим заключенным это поможет быстрее найти свой путь в жизни и начать новую жизнь.

Помощь в реабилитации бывших осужденных позволит усовершенствовать деятельность страны в области социальной защиты населения. Можно расширить Федеральный закон от 28.12.2013 г. № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» для того, что бывшим заключенным оказывалось больше поддержки.

Литература:

1. Конституция РФ «Конституция Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».
2. Федеральный закон от 28.12.2013 N 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».
3. Официальный сайт «Содействие занятости» [Электронный ресурс] URL: <https://www.tgu-dpo.ru/>.
4. Лепихов М. И. Право и социальная защита населения» [Текст] / ИНФРА-М. — 2019. — 287 с.

Волонтерство во время пандемии как улучшение качества жизни

Гатина Ирина Александровна, студент

Научный руководитель: Карпушенко Октябрина Ильинична, преподаватель высшей категории

Свердловский областной медицинский колледж (г. Екатеринбург)

Актуальность. Новая коронавирусная инфекция, вызванная SARS-CoV-2, включена в перечень заболеваний, представляющих опасность для окружающих (постановление Правительства Российской Федерации от 31 января 2020 г. № 66).

Сначала это заболевание называлось 2019-nCoV, потом Всемирная Организация Здравоохранения (ВОЗ) присвоила ему новое название COVID-19. Вспышка коронавируса SARS-CoV-2 была впервые выявлена в китайском Ухане в конце декабря 2019 года. Она быстро распространилась на большое количество стран. Случаи острого респираторного инфицирования были зафиксированы более чем в 130 странах. 11 марта ВОЗ объявила о пандемии коронавируса. В России с 17 марта введен карантин и ограничительные меры для лиц, маломобильных и старше 60 лет.

В связи с угрозой распространения коронавируса людям старше 65 лет и тем, кто страдает хроническими заболеваниями, предписали соблюдать режим домашней самоизоляции. Но как им решать насущные проблемы, если выйти из дома даже за лекарствами и продуктами нельзя?

В условиях вынужденного карантина, а следовательно, ограничении физической нагрузки и нарушении питания, специалисты рекомендуют более строго подходить к вопросу карантина и самоизоляции.

Поэтому кризис является не слишком позитивной, но все же действенной мотивацией начать помогать таким людям. На помощь пожилым и маломобильным россиянам приходят волонтеры. Волонтерская деятельность в период общего карантина — это не только шанс проявить свою гражданскую позицию, но и пройти тест на доброту, отзывчивость, понимание друг друга.

Тогда 18 марта 2020 года на базе «Свердловского областного медицинского колледжа» был создан Волонтерский штаб по помощи пожилым и маломобильным людям.

Цель работы: улучшение качества жизни пожилых и маломобильных людей, находящихся на самоизоляции в условиях карантина.

Достижение цели волонтерской деятельности осуществлялось посредством реализации следующих **задач**:

1. Провести теоретический анализ литературных источников и нормативно-правовых документов.
2. Пройти обучение: дистанционные курсы и полный инструктаж по своему профилю.
3. Принять участие в работе «Волонтерского штаба по помощи пожилым и маломобильным людям».
4. Скомплектовать информационно-образовательные материалы по проблемным вопросам в условиях домашней самоизоляции.

Методы: теоретический, практический

Основная целевая аудитория — пожилые люди и маломобильные граждане

При решении задач прошли обучение, чтобы стать волонтером. Подготовка осуществлялась в формате дистанционного обучения (через портал dobro.ru). Также проводился очный инструктаж в штабе группами не более 20 человек.

Темы обучения:

1. санитарно-гигиенические нормы для волонтеров;
2. механизм оказания волонтерской помощи пожилым людям;
3. особенности взаимодействия с пожилыми людьми;
4. действия волонтеров в экстренных и нестандартных ситуациях.

Обучение является обязательным для всех волонтеров.

Каждый волонтер после прохождения обучения и получения допуска к работе получал аккредитационный бейдж.

Перед началом рабочей смены волонтеры проходили процедуры check-in измерение температуры, инструкции по технике безопасности и получение индивидуальных защитных комплектов (маски и антисептики).

Проанализированы особенности организации добровольческой деятельности в текущей ситуации распространения коронавирусной инфекции:

В Волонтерском штабе по помощи пожилым и маломобильным людям волонтеры делились на координатора смены, волонтера Call-центра и волонтера выездной бригады.

В задачи координатора смены входили контроль и руководство за волонтерами выездной бригады, координацию маршрута волонтеров выездной бригады и контроль отчетности каждого рабочего дня.

В задачи волонтера Call-центра входили прием телефонных звонков от благополучателей, регистрация заявок на помощь и составление отчетов по каждой заявке и каждому рабочему дню

В задачи волонтера выездной бригады входили выезд на заявку к благополучателю, помощь благополучателю и информирование благополучателей о коронавирусной инфекции.

После заявки волонтер Call-центра делает отчет по заявке [2,3,4].

Принимали участие в работе «Волонтерского штаба по помощи пожилым и маломобильным людям».

Основными направлениями помощи стали: доставка продуктов и хозяйственных товаров, лекарств первой необходимости; вынос мусора, оплат услуг ЖКХ и прогулка с домашними питомцами. санитарно-профилактическая работа с населением: раздача средств индивидуальной защиты и памяток, буклетов по профилактике новой коронавирусной инфекции и ЗОЖ.

Этапы организации работы волонтеров штаба

Пожилые и маломобильные люди обращаются по телефону, по единой горячей линии, и оставляют заявку на помощь. После этого Всероссийский объединённый штаб распределяет заявки по городам. Получив заявку, Волонтерский штаб по помощи пожилым и маломобильным людям регистрировал ее, обзванивал и выезжал на помощь (рис. 1.)



Рис. 1 Этапы организации работы волонтеров штаба

После регистрации заявки волонтеры выездной бригады выезжали на заявку на машинах, представленных Администрацией г. Екатеринбурга. За 15 минут до приезда, волонтеры связывались с благополучателем и сообщали о приезде и подготовке необходимого списка продуктов или лекарств. Прибыв на место, волонтеры делились на 2 типа: «грязный волонтер» и «чистый волонтер». «Грязный волонтер» покупал необходимые продукты или лекарства и их доставлял до места прибытия, а «чистый волонтер» контактировал с благополучателем: забирал список продуктов или лекарств, деньги и оплачивал в магазине или аптеке все необходимое. Их обязанности не пересекаются. После того, как волонтеры оказали помощь, они обеспечивают благополучателя памятками по вопросам профилактики коронавирусной инфекции и ЗОЖ.

Всего за 8 месяцев было выполнено 834 заявки. Волонтерский штаб по помощи пожилым и маломобильным людям не прекращает свою работу.

С сентября 2020 года были созданы списки постоянных благополучателей, их количество составило 60 человек.

При решении задач были скомплектованы информационно-образовательные материалы с целью повышения информированности пожилых и маломобильных россиян по вопросам самоизоляции в условия карантина:

1. Памятка «Рекомендации по профилактике коронавирусной инфекции для всех слоев населения».
2. Памятка «Рекомендации по профилактике коронавирусной инфекции кому 60 и более лет».
3. Памятка «Чем питаться на самоизоляции?».
4. Памятка «Основы карантина в домашних условиях».
5. Памятки «Все про маски!».
6. Буклет «Симптомы коронавирусной инфекции».
7. Памятка «Принцип ЗАЩИТИ себя».
8. Принципы составления рациона для лиц, находящихся в режиме самоизоляции или карантина в домашних условиях.
9. Крепкое физическое и психическое здоровье-основа жизнестойкости вовремя пандемии.

Литература:

1. Харсеева, Г. Г., Белобородов В. Б. Новая коронавирусная инфекция (COVID-19): этиология, эпидемиология, клиника, диагностика, лечение и профилактика [Текст]: Учеб. пособие для врачей и мед. вузов. — Москва, 2020. — 48 с.
2. Коронавирусная инфекция — COVID-19: клинические рекомендации. Министерство здравоохранения Российской Федерации. — Москва, 22.02.2022. — 245 с.
3. СанПиН 2.1.3.2630–10 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям, осуществляющим медицинскую деятельность».
4. СанПиН 3.1.3597–20 «Профилактика коронавирусной инфекции COVID-19, согласно постановлению, Главного государственного санитарного врача РФ от 22.05.2020 № 15».

Работа отмечена: Благодарственным письмом за бескорыстный вклад и самоотверженное участие в Общероссийской акции взаимопомощи «#МЫ ВМЕСТЕ» во время пандемии — Руководитель Волонтерского центра ГБПОУ «СОМК»: А. Ф. Киселёв. Екатеринбург 2020 года; благодарственными письмами от благополучателей.

Выводы

1. Пандемия коронавирусной инфекции показала нашу сплочённость перед угрозой и способность оказывать реальную помощь людям.
2. Участие студентов в волонтерском движении, способствует:
 - формированию у населения общественного самосознания и активной гражданской позиции;
 - формированию у профильных добровольцев (волонтеров) приверженности к будущей профессии и расширение базы социальных контактов.
3. В рамках добровольческих практик приобретаются навыки профессиональной деятельности, развиваются такие деловые и личностные качества, как ответственность, креативность, милосердие, эмпатия, отзывчивость, толерантность.

Заключение

Из проведенной работы ясно, что одним из главных требований как в древности, так и сейчас к профессиональным компетенциям является человечность в отношении к пациенту, а именно: милосердие, доброта, любовь, нравственная чистота, отзывчивость. Все эти черты формируются и реализуются только через практическую деятельность и во многом деятельность, которая не носит принудительного, обязательного характера. И это может быть отнесено к добровольчеству.

Да, добровольчество не поощряется материально, но зато мы имеем уникальный шанс пройти великолепную школу жизни, быть нужным обществу и получить уникальный билет в будущее.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Совершенствование физического воспитания в системе общего, среднего, профессионального и высшего образования

Махновская Надежда Владимировна, доцент;

Демьянова Анна Юрьевна, студент

Ставропольский государственный педагогический институт

Что мы знаем о физическом воспитании? Что включает в себя это понятие и какое значение оно имеет в современном российском обществе? Могут ли уроки физической культуры совмещать в себе множество методик и быть основой формирования здорового образа жизни? В данной статье мы рассмотрим способы совершенствования физического воспитания.

Ключевые слова: физическое воспитание, физическая культура, спорт, самосовершенствование, методы.

Актуальность исследования заключается в том, что ранее не было уделено достаточно внимания проблеме совершенствования физического воспитания на различных этапах обучения.

Целью исследования является освещение способов, которые позволят совершенствовать систему физического воспитания в рамках учебных занятий и внеклассных мероприятий.

Физическое воспитание в системе образования России играет важную роль в физическом развитии детей, подростков, молодых людей. В основе нынешней системы физического воспитания лежит советская методика, главной целью которой была подготовка разносторонне развитого человека готового ко многим жизненным условиям. Девиз: «В здоровом теле — здоровый дух» является словесным отражением этой системы.

С развитием науки расширилось человеческое представление о положительном влиянии физической активности на здоровье не только телесное, но и психическое. Хорошая физическая подготовка позволяет избежать многих болезней и помогает человеку в развитии внимания, восприятия, мышления и самодисциплины, выступая инструментом для формирования личности. Физическая активность позволяет избежать перенапряжения организма из-за постоянной занятости на учебе в школе, в ВУЗе или на работе.

Физическое воспитание — это педагогический процесс, который необходим для изучения физических упражнений, их влияния на организм, развитие и морфологических, функциональных, психических свойств личности.

Физическое воспитание подчинено требованиям и правилам педагогического процесса на всех ступенях образования. Благодаря последовательности, преемственности методов физического воспитания мы можем сформировать

здоровую и всесторонне развитую личность, способную улучшать свою жизнь и жизнь окружающих людей, страны. Физическое воспитание позволяет поддерживать баланс в развитии личности и избежать его «неравномерности».

Физическое воспитание формирует систему ценностных ориентаций личности на здоровый образ жизни, обеспечивает мотивационную, функциональную и двигательную готовности к нему. Оно осуществляется в соответствии с общими и специфическими для него закономерностями, принципами и правилами образовательного процесса, влияет на интеллектуальные, психические, морально-волевые и другие качества личности.

Физическое воспитание позволяет человеку научиться формировать и поддерживать привычку. То есть, делает его более дисциплинированным и позволяет фокусироваться на собственном внутреннем состоянии и оценивать соответствие планов и реальных действий.

Таким образом, нельзя недооценивать роль данного процесса в жизни человека и его влияние на нее. Физическое воспитание — необходимо, и учебные заведения с их системой методов и периодичностью проводимых занятий призваны помочь обучающимся в самосовершенствовании.

Основной формой физического воспитания в школах, колледжах, университетах являются учебные занятия, на которых изучается дисциплина «физическая культура». Освоение этой дисциплины предполагает физическую подготовку и развитие учеников, знания, двигательные и методические умения, которые будут использованы самостоятельно. Физическая культура как учебный предмет играет очень важную роль, которая состоит в: развитии всех физических сил людей, воспитании выносливости и моральных качеств, оздоровлении организма и профилактике болезней.

Эффективность занятия физической культуры зависит от методов организации деятельности обучающихся. К средствам, которые помогают осуществлять физическое воспитание относятся: физические упражнения, естественные силы природы, режим питания, режим труда и отдыха, утренняя гимнастика, формы внеклассной спортивно-массовой работы. Все это в целом и составляет физическое воспитание. К принципам физического воспитания можно отнести:

1. Принцип единства обучения;
2. Закономерность, структурность, организованность;
3. Принцип учета индивидуальных особенностей;
4. Анализ;
5. Самоконтроль;

Формы организации физического воспитания представляют собой воспитательно-образовательный комплекс разнообразной деятельности студента, основу которой составляет двигательная активность человека. Совокупность этих форм создает определенный двигательный режим, необходимый для полноценного физического развития и укрепления здоровья молодежи. К формам организации физического воспитания студентов относятся: физкультурные занятия; физкультурно-оздоровительные занятия; самостоятельные занятия.

Поэтому, говоря о совершенствовании физического воспитания, представляется возможным рассмотреть способы улучшения этих составляющих.

В школе закладываются основы физического воспитания, поэтому педагоги должны придерживаться метода преемственности и постепенно увеличивать нагрузку и расширять знания учеников. Вся система воспитания должна быть направлена на то, чтобы сформировать комплекс воздействия на обучающихся, состоящий в проведении занятий, внеурочной работы, массовой оздоровительной работы и т. д.

Совершенствованию физического воспитания на всех ступенях образования в стране может помочь работа в нескольких направлениях: оздоровительном, тренировочном и образовательном.

Первый подход предполагает увеличение объема обязательных занятий физической культурой в целях предотвращения заболеваний и повышения выносливости. Но такая система, зачастую, не учитывает индивидуальные особенности учеников и потому не всегда эффективна.

Второй подход предполагает сочетание классно-урочной и внеурочной форм занятий. Классический урок отвергается, внедряются инновационные методики. За учащимися закрепляется право выбора вида спорта соответственно их интересам. Большое количество времени уделяется тренировкам, что не всегда доступно из-за отсутствия инвентаря.

Третий подход направлен на повышение роли образовательной направленности урока. На занятиях необходимо сформировать интерес к занятиям физической культурой;

формирование навыков и умений, необходимых для самостоятельных занятий. Цель этого метода заключается в том, чтобы сформировать осознанную привычку и постоянное желание заниматься своим физическим воспитанием и вести здоровый образ жизни. Стоит отметить, что на данный момент этому методу уделяется очень мало внимания в школах, поэтому он был бы достаточно эффективным именно на этой ступени образования. Внеклассная работа также должна быть направлена на расширение и углубление санитарно-гигиенического просвещения. Важно проводить беседы о гигиене тела, способах закаливания и укреплении своего здоровья.

Одним из способов совершенствования может стать использование природы как способа укрепления здоровья. Прогулки, экскурсии, соревнования могут помочь в этом. На всех образовательных этапах необходимо обеспечить реализацию желания заниматься спортом в различных секциях.

Организация и проведение различных спортивно-массовых мероприятий также благоприятно влияет на стремление к физическому самовоспитанию. Соревнования помогают поддерживать силу воли и стремление к преодолению препятствий. Это способствует сплочению коллектива и улучшению обстановки в нем. Соревнования помогают поднять интерес к учебной деятельности и улучшить свою методику выполнения упражнений, закрепить свои знания и применить их на практике.

Инновационные технологии могут стать инструментом совершенствования физического воспитания. Одной из таких технологий является внедрение фитнеса в образовательную программу.

Чтобы улучшить систему физического воспитания необходимо и совершенствование материально-технической базы, повышение квалификации педагогов, изучения ими новых теорий и методик, включение в программы инновационных технологий и приемов, осуществлять физическое воспитание как средство сохранения и поддержания здоровья обучающихся. Организация занятий с учетом индивидуальных особенностей здоровья каждого ученика и построение урока с разделением обучающихся на определенные группы здоровья и закрепление за каждой группой выполнения определенного вида упражнений также можно отнести к способам совершенствования. Немаловажную роль играет и проведение мониторинга состояния здоровья обучающихся и своевременная корректировка образовательной программы с учетом выявленных показателей. Создание спортивных клубов на базе образовательных учреждений с целью информирования, распространения и внедрения теоретических знаний и практических умений касательно физического воспитания в молодежной среде. Организация квалифицированными преподавателями индивидуальных занятий с учениками, имеющими ограничения здоровья.

Все эти способы позволят усовершенствовать систему физического воспитания в России.

Литература:

1. Выдрин М. В. Физическая культура личности и общества. (Опыт историко-методологического анализа проблем физического воспитания) Омск, 2003.
2. Вилеский М. Я. Основы профессиональной направленности студентов технических вузов. М., 1980. С. 20–25.
3. Динер В. А. Теория и методика физической культуры. Краснодар, 2001.

Роль плавания в физическом развитии ребёнка

Суббота Сергей Михайлович, учитель

МБОУ «Федчевская ООШ» Ивнянского района Белгородской области

Плавание — одно из самых популярных видов спорта. Это тот редкий случай, когда занятия спортом одновременно приносят и удовольствие, и замечательный оздоровительный эффект. В нашем районе открылся плавательный бассейн. Создав педагогический совет школы, на повестке дня был вопрос о здоровье детей, их физической подготовленности и физическом развитии. Было принято решение о внедрении внеурочных занятий по плаванию. Провели родительские собрания по внедрению занятий плаванием во внеурочные занятия. В настоящее время учащиеся находятся в малоподвижном состоянии и многие имеют отклонения по состоянию здоровья. Прочитав большое количество литературы и посещения плавательных бассейнов, соседних районов подготовили свой плен занятий. Из разговоров с другими коллегами узнали, что плавание является отличным методом профилактики и лечения различных заболеваний. Из сборников выяснили, что плавание по праву считается самым эффективным видом спорта, не имеющим конкурентов в оздоровительном воздействии на человеческий организм. Прочитав множество литературы, выяснили, что существует шесть видов плавания.

Виды плавания:

- спортивный вид;
- оздоровительный вид;
- лечебный вид плавания;
- прикладной вид плавания;
- игровой вид плавания;
- фигурный вид плавания.

Исходя из этого, были созданы две группы детей по возрастам и по видам плавания. Первый вид это спортивный, где входили взрослые дети, которые уже умели плавать, которые показывали хорошие результаты и стремились приумножить, путём посещения бассейна и участия в соревнованиях.



Вторая оздоровительная, где входили дети с различными видами заболеваний и новички, которые стремились научиться плавать, как правильно дышать, как работать руками и ногами на воде.

По словам М. И. Булаха, плавание создает мышечный корсет, закрепляющий позвоночный столб в естественном прямом положении. У пловца прекрасно развиваются все группы мышц. Его фигура отличается стройностью линий — вода как бы «обтачивает» все углы, придает обтекаемость фигуре. Мышцы становятся сильными, очень работоспособными и в то же время не гипертрофированными. Благодаря отсутствию, при любом способе плавания, сдавливающей нагрузки, все суставы, в том числе и суставы позвоночника, действуют с высокой амплитудой в различных плоскостях. Поэтому человек может не только полностью восстановить подвижность суставов, но и расширить ее путем увеличения амплитуды движений.

Сегодня плавание это не только вид спорта, но и здоровый образ жизни. При занятии плаванием нагрузка идёт на все группы мышц, когда вы плывёте, работает 80% вашего тела, независимо от стиля.



Эффект после посещения бассейна проявляется в зависимости от работы на тренировке. Занятий проводятся раза в неделю при средней или увеличенной нагрузке в течение 60 минут.

Что будет, если плавать каждый день?

Когда занимаешься каждый день, мышцы устают. По физиологии человека мышцы должны успевать отдыхать, это первое правило не только для плавания, но и для любых видов спорта. Если плавать понемногу и в среднем темпе занимается, вреда для здоровья не будет. Если заниматься в бассейне несколько часов, можно приобрести болезнь мышц.

Как влияет оздоровительное и лечебное плавание.

По словам учёных, на первый взгляд, понятия лечебного плавания и оздоровительного, для детей это синоним. Думаю, что разница в этом есть.

Оздоровление — это поддержание уровня здоровья и улучшение физических качеств человека. Из практики следует практически здоровый

Лечебное — является частью большинства реабилитационных программ при различных заболеваниях опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистой системы.

Отличие оздоровительного плавания от спортивного:

Критерий	Оздоровительное	Спортивное
Соревновательный режим	Работа на оздоровление	Обязательно, посещение тренировочных занятий
Работа на результат	Для удовольствия	Показать лучший результат
Цель работы	Оздоровление, реабилитация	Показать спортивный результат любой ценой (тренировки каждый день)
Темп нагрузки	Равномерный	Высокий
Возможность	Для здоровья	Получение призовых мест, разряд

Литература:

1. Булгакова Н. Ж. Игры у воды, на воде, под водой / Н. Ж. Булгакова. — М.: Физкультура и спорт, 2000.
2. Коновалов Е. Человек в воде / Е. Коновалов. — М.: Западно — сибирское книжное издательство, 1979. — 144 с.
3. Булах И. М. Научите меня плавать / И. М. Булах. — М.: Книга по Требованию, 2012. — 150 с.
4. Капотов П. П. Обучение плаванию / П. П. Капотов. — М.: Воениздат, 2018. — 498 с.

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Использование современных технологий в работе режиссера театрализованных представлений и праздников

Белянинова Алина Андреевна, студент магистратуры

Научный руководитель: Мышьякова Наталия Михайловна, доктор искусствоведения, профессор

Санкт-Петербургский государственный институт культуры

В публикации рассматривается тема функций современных технологий в системе театрализованных представлений и праздников; проведен анализ использования инноваций на примере различных мероприятий и выведены ключевые характеристики каждой функции. В статье даны определения понятий: технологии, световая проекция, мэппинг, дроны.

Ключевые слова: современные технологии, инновации, световая проекция, 3д-мэппинг, дроны, функции современных технологий в режиссуре.

В современном мире работа режиссера-постановщика тесно связана с новыми, постоянно развивающимися технологиями. Несмотря на то, что традиционный театр занимает большое место в культуре нашей страны, все чаще в театрализованных представлениях или праздниках зрители наблюдают введение нестандартных визуальных решений: видеоэкраны, лазерные проекции, 3д-мэппинг, дроны и прочее. Это обусловлено тенденцией к синтезу традиционных и современных форм.

В истории существует ряд примеров, когда вышеуказанный синтез построен неравномерно: используется слишком большое количество световых лучей, затмевающих героев на сцене, или, наоборот, актеров не видно зрителю из-за темного, неточечного освещения. Как утверждает заслуженный деятель искусств России Ирина Эдуардовна Горюнова, «многие режиссеры из-за стремительного развития современных форм, а соответственно их многообразия, теряют баланс между смыслом, традиционными формами и инновациями» [5, с. 16]. Так как работа с традиционными формами на данный момент уже достаточно изучена, мы обратим внимание именно на современную составляющую, рассмотрим типы и виды современных технологий, их применение на практике, а также их функции для режиссера-постановщика. Благодаря знанию функций инноваций, режиссер корректно использует их в своих постановках, сохраняя баланс традиционных и современных форм.

Обратимся к словарю для определения понятия технологии — это «...совокупность методов и инструментов для достижения желаемого результата; в широком смысле — применение научного знания для решения практических задач» [6]. Исходя из формулировки словаря, уточним определение термина «современные технологии» в том контексте, в котором мы понимаем его в рамках на-

шей статьи. Современные технологии для театрализованных представлений и праздников — это информационный и материальный продукт, основанный на достижениях научно-технического прогресса и ориентированный на создание альтернативной реальности. Именно новые технологии позволяют режиссеру дополнять театрализованное пространство смыслами и художественными средствами выразительности, а также могут служить ядром для построения сценографии.

В нашей работе мы затронем самые распространенные в театрализованных представлениях и праздниках, но в то же время продолжающие развиваться технологии. Речь пойдет о лазерной проекции, 3д мэппинге и дронах. Кратко охарактеризуем каждую инновацию:

- лазерная проекция — световой поток от специального аппарата, который воспроизводит рассеянные или точные линии на плоской поверхности или в воздушном пространстве. Точность световых линий определяется радиусом и расстоянием нахождения проектора от экрана (поверхности);
- дроны (беспилотные аппараты, коптеры) — это летательные аппараты небольшого размера, которые способны автономно перемещаться в воздухе, не требуя при этом наличия пилота.
- 3д мэппинг (видеомэппинг, проекционный мэппинг, мэппинг, VJ-инг) — «это направление в аудиовизуальном искусстве, представляющее собой объемную проекцию на физический объект окружающей среды с учетом его геометрии и положения в пространстве. Это технология, позволяющая с помощью видеопроекции изменять визуальные характеристики объекта и способная превратить практически любую поверхность в динамический видеоэкран» [9].

Обратимся к практическому анализу. Для разбора и выявления функций современных технологий автором были взяты мероприятия, посвященные 800-летию Нижнего Новгорода.

Современные технологии как декорационная доминанта

Раскрытие данной функции инновации автором было замечено в нескольких эпизодах Церемонии открытия Всероссийского Фестиваля «Студенческая весна 2021». Для начала вкратце дадим характеристику площадки, на которой происходило событие. Стадион Нижний Новгород построен в форме классического амфитеатра с открытой крышей. Сценическая площадка была разделена на две условные зоны — это площадь самого стадиона, где обычно проходят спортивные соревнования и надстроенная сцена

со стороны трибун. На сцене выступали артисты, профессиональные певцы, приглашенные звезды и располагался академический хор. Церемония проходила 15 мая в вечернее время.

Проанализируем отдельно художественное пространство музыкального выступления группы Therr Maitz академического хора ННГУ им. Лобачевского и волонтеров с песней «My life is like». Все музыканты с начала композиции располагались на основной сцене, волонтеры появляются на арене чуть позже.

Как современные технологии сопровождают выступление:

- перед выходом волонтеров по арене расстилается цветная голубая проекция, по которой двигаются герои (волонтеры) (см. Фото на Рис. 1);

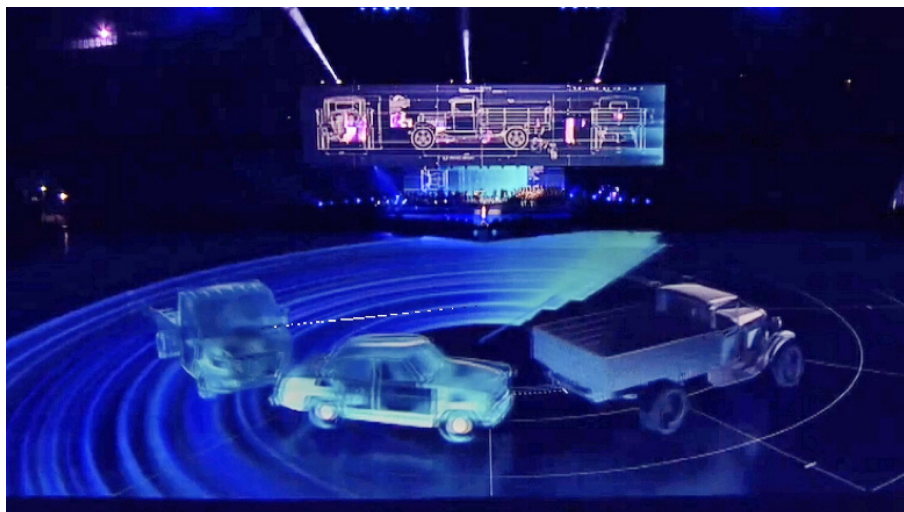


Рис. 1

- световая проекция меняет голубой цвет на возможные радужные цвета при движении по ней волонтеров;
- на видеоэкранах идет онлайн-трансляция музыкантов и волонтеров, нет дополнительного оригинального контента;
- волонтеры и рисунки 3д-мэппинга во время выступления составляют различные геометрические фигуры, дополняя или дублируя друг друга (см. фото на Рис. 2);

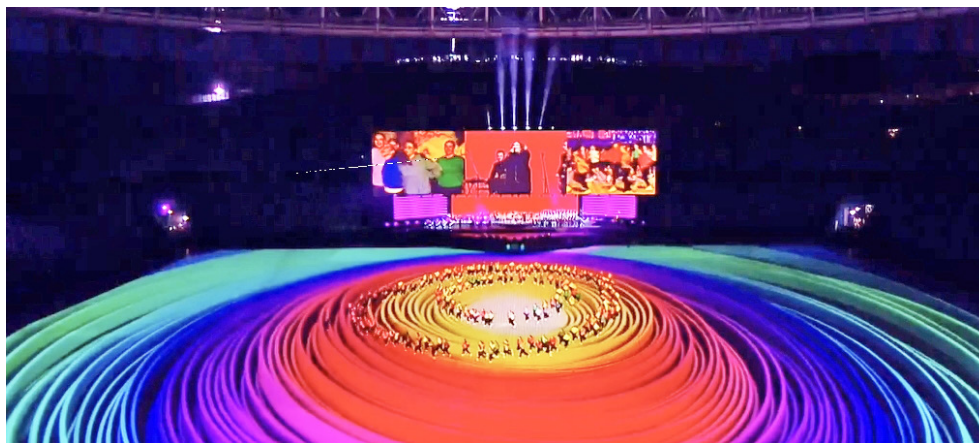


Рис. 2

Приемы, описанные выше, были использованы режиссером для следующих целей: проставление акцентов на выступлении артистов; заполнение чересчур большого пространство арены; переключение внимания зрителя с одной основной сцены на арену и видеоз экраны, отражение настроения и атмосферы выступления с помощью ярких цветов.

Исходя из фрагмента, можем сделать вывод, что инновационные технологии помогают режиссеру решить сразу несколько необходимых для него в отдельных случаях задач, связанных с визуальным образом внутри зрелища, а именно:

- Обогащить атмосферу номера;
- Определить акценты в выступлении;
- Увеличить или уменьшить динамику номера;
- Передать основной/второстепенный смысл конкретного эпизода;
- Заполнить пустоту сценического пространства;
- Транслировать происходящее на сцене для зрителей зала;
- Сместить вектор внимания на конкретных артистов.

Современные технологии как элемент режиссерского сценария

Технологии могут служить не только средством художественной выразительности, но и заменить традиционные механизмы постановки в целом — сцену, артистов, декорации. Говоря о таких технологиях, можно подразумевать несколько конкретных решений. В данной статье речь пойдет

о дронах, использованных в гала-шоу «Начало нового», посвященном 800-летию города Нижнего Новгорода.

Событие состоялось 21 августа 2021 года на Нижне-волжской набережной города Нижнего Новгорода, специально для него прямо на воде была надстроена сцена, а на берегу располагался зрительный зал. Основной идеей режиссера стал рассказ об истории Нижнего Новгорода и его жителей. На сцене не было ведущих, номера перетекали из одного в другой, как бы дополняя друг друга и выстраивая сюжетную линию. Организаторами был сделан упор на телевизионного зрителя, все значимые моменты в прямой трансляции озвучивал диктор, а живому зрителю необходимо было быть максимально внимательным к деталям и выстраивать историю развития сюжета самостоятельно.

Обратимся к конкретному эпизоду, где ключевые формы — беспилотные аппараты. Под акапелльное выступление хора ННГУ им. Лобачевского за сценой в небо взмывают 1200 дронов и начинают одно за другим показывать изображения, отражающие Смутное время в Нижнем Новгороде:

- Георгиевская башня Нижегородского кремля (до XVII века башня была важным военным объектом и ни разу не была взята врагами);
- точная копия памятника Минина и Пожарского — важных личностей в сохранении Нижнего Новгорода и его жителей в XVII веке (см. фото на Рис. 3);

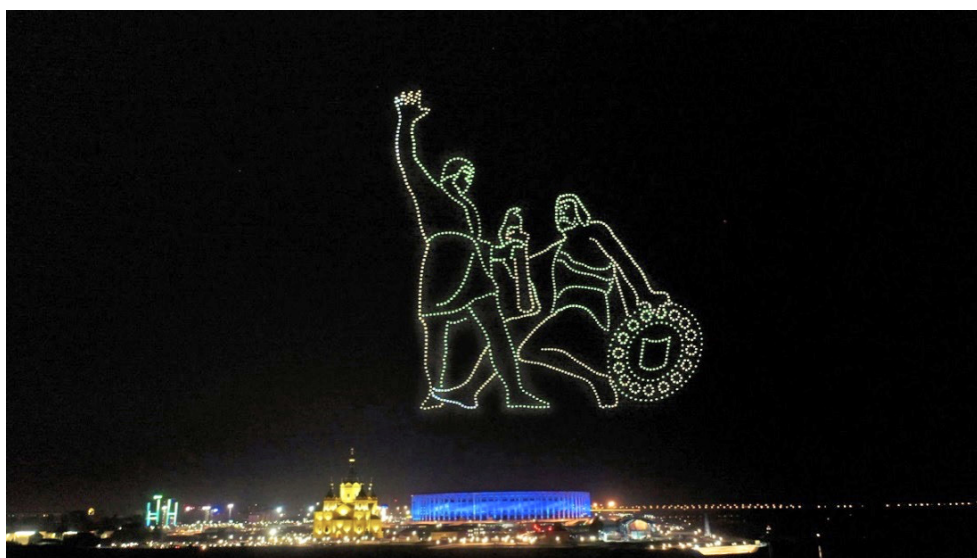


Рис. 3

- колокол — символ единства и объединения, во время появления которого звучит настоящий колокольный звон из Кафедрального собора;
- сам Кафедральный собор и слияние рек Оки и Волги рядом (см. фото на Рис. 4), это изображение напоминает нижегородцам о том, что именно церковь была объединяющим фактором в период надлома государства;
- герб Нижнего Новгорода как заключительная нота в этой исторической странице, как символ сохранения города;
- надпись «Поздравляем» и логотип 800-летия Нижнего Новгорода были закрывающими изображениями этого представления.

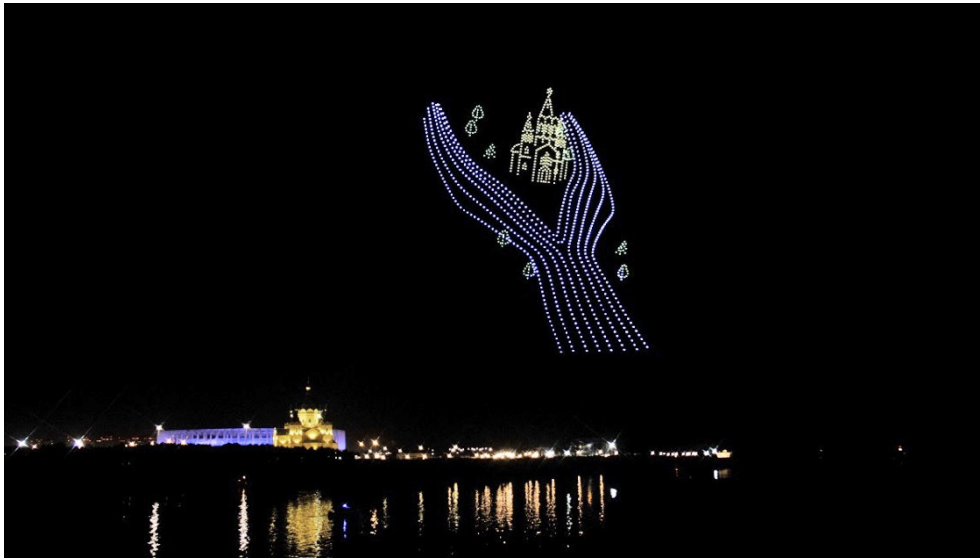


Рис. 4

Таким образом, новые технологии могут служить режиссеру средством выразительности, играющим роль основной части сюжета. Выделим несколько характеристик современных технологий как сценарной доминанты в постановке:

- Повествование сюжета/истории через символы и знаки;
- Переключение внимания зрителя на внесценическое пространство;
- Отсутствие оратора, актёров.

Внимание зрителя в данном случае полностью переключается с артистов на дроны; повествование истории, транслируемой режиссером, продолжают современные технологии. Сюжет здесь скрыт в символах и знаках, восприятие становится иным — постановщик предлагает зрителю самостоятельно составить логическую цепочку из основных исторических моментов, показанных через «картинки» дронов.

Современные технологии как основа сюжета театрализованного зрелища

Отметив возможность современных технологий быть декорационным элементом и отдельной составляющей в сюжете, можно предположить, что их самостоятельность может выйти на первый план.

Рассмотрим инсталляцию нижегородского фестиваля аудиовизуального искусства «Intervals» 2021, чтобы показать, последнюю для нашей статьи функцию современных технологий — основу сюжета.

Аудиовизуальный перформанс-медитация «ABSOLUTE. ABSOLUTE» транслировался на главном здании Нижегородской Ярмарки. Основной идеей перформанса являлось отражение гармонии человека с самим собой и миром. В самом начале заранее записанный голос девушки рассказывает о том, что эта гармония заложена в каждом человеке с рождения, а о ее развитии он уже должен позаботиться самостоятельно. Авторы считают, что до полной гармонии человек должен пройти семь ступеней самопознания,

в «ABSOLUTE. ABSOLUTE» они отражаются как 3d-проекции кругов в разной цветовой гамме:

1. Красный круг — олицетворяет обретение мудрости ребёнка;
2. Нежный оранжевый круг — реализация энергии желания;
3. Яркий жёлтый круг — обретение своего собственного «Я»;
4. Свежий зелёный круг — обретение других вокруг себя;
5. Небесный синий круг — реализация своего духовного потенциала;
6. Пурпурный круг — интуиция и озарение;
7. Сияющий серый круг — просветление.

Так как самое главное здание Ярмарки имеет 4 этажа, достаточно вытянутое и длинное по своей постройке, то эти «круги» брали своё начало от середины архитектурного строения. Исходя из того, что основной посыл сюжета идёт именно о человеке, его внутренних переживаниях и взрослении, то мы можем сделать вывод, что центр — это и есть сам человек. А всё, что происходило по краям — это внешний мир, который оказывает влияние на этого человека.

Во время представления для зрителя создаётся ощущение оживления здания Ярмарки. Для каждого круга индивидуально были подобраны переходы, то есть мультимедийный ритм передается по-разному.

Современные технологии в таком формате шоу выступают как самостоятельный элемент — ядро представления. Всё основное внимание они забирают себе. Выделим характеристики функции художественно-смысловой доминанты:

- Обособленность от внешних факторов;
- Отсутствие оратора, актёров, артистов;
- Возможность интеграции не только на сценическом пространстве;
- Возможность взаимодействия разного вида современных технологий;



Рис. 5

— Современные технологии — ядро театрализованного представления и праздника;

— Время выступления может быть как круговое, так и линейное.

Таким образом, можно сделать вывод, что современные технологии в настоящее время являются важной частью при создании театрализованного зрелища, праздника или шоу. В работе мы выделили три основные функции современных технологий — это декорационная доминанта, элемент режиссерского сценария и художественно-смысловая доминанта. Эти функции всегда работают

в связке современных технологий, но одна является доминирующей.

Благодаря знанию этих функций и возможности применения их на практике, режиссер может обогатить свою постановку. Немаловажно, что подобное разделение существенно сокращает время подготовки к созданию сценария представления. Современные технологии постоянно обновляются, появляется что-то новое и достаточно сложно следить за всеми инновациями, но благодаря использованию функций, постановщик может лучше и легче ориентироваться и интегрировать инновации в свой сценарий.

Литература:

1. Анульев С. И. Сценическое пространство и выразительные средства режиссуры [Текст]: учебное пособие 070209 / С. И. Анульев; М-во культуры Российской Федерации, ФГОУ ВПО «Кемеровский гос. ун-т культуры и искусств»- Кемерово, 2010. — 166 с.
2. Ахметшина Л. Р. Современные технологии зрелищно-массовых форм / [Л. Р. Ахметшина и др.; науч. ред. Р. С. Гарифуллина]; Федеральное агентство по культуре и кинематографии, ФГОУ ВПО «Казанский гос. ун-т культуры и искусств». — Казань: Медицина, 2008. — 122 с.
3. Бонькина. М. Мэппинг. Что приходит на смену театральным декорациям; Журнал «EQUAL AV», № 1 (26) 2014
4. Веллингтон А. Т. Интеграция мультимедийных технологий в пространство театра // Науч. ст.; М., Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, 2015
5. Горюнова И. Э. Режиссура массовых театрализованных зрелищ и музыкальных представлений: лекции и сценарии / Ирина Горюнова. — Санкт-Петербург: Композитор — Санкт-Петербург, 2009. — 15–20с., 232с.
6. Некрасов С. И., Некрасова Н. А. Философия науки и техники: тематический словарь. — Орел: ОГУ, 2010. — 289с.
7. Шехтер Т. Е. Современный художественный процесс: основные тенденции и перспективы развития // Современное искусство и отечественный художественный рынок. СПб: СПбГУП, 2005. — 176 с.
8. Экскузович И. В. Техника театральной сцены в прошлом и настоящем. — Л., 1930. — 396 с.
9. Спецпроект. «Настоящий 3D VIDEO MAPPING». Введение в тему.. — Текст: электронный // Eventnn: [сайт]. — URL: <https://www.eventnn.ru/articles/item/36/4325/> (дата обращения: 15.12.2022).

История возникновения и развития копирования

Васина Светлана Андреевна, арт-директор

ИП Иванец Демьян Николаевич (г. Москва)

В представленной статье анализируются категории и понятия, связанные с практикой копирования произведений изобразительного искусства. Исследуются процессы, происходящие на различных этапах исторического развития художественного копирования. Автор рассматривает копирование как особую форму художественного выражения.

Ключевые слова: копирование, копия, искусство, оригинал, школа, художник.

Копия в искусстве (от лат. *Copia* — означает «множество») — это художественное произведение, повторяющее другое произведение с целью его воспроизведения в той же манере, материале и с сохранением размеров подлинника (иногда в уменьшенном или увеличенном виде).

Человек с давних времен испытывал непреодолимое желание изобразить то, что его интересовало и производило на него впечатление. Уже в Древнем Египте, обучение рисованию основывалось не на рисовании с натуры, а на заучивании схем и канонов (рис. 1), то есть на копировании образцов. Ученики не получали знания об изображении окружающего мира, главным для них было следование установленным канонам и заучивание изображения правил изображения предметов по образцам. В этом заключается ограниченность египетской системы обучения рисованию.

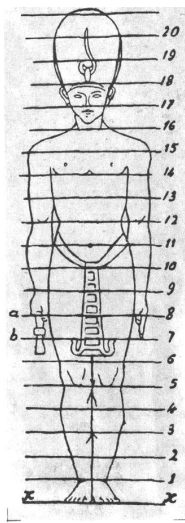


Рис. 1. Канон изображения фигуры человека в Древнем Египте

Греческая культура всегда стремилась к созерцанию и воспроизведению увиденного в собственном творчестве, следовательно, основным видом художественной деятельности у древних греков становится работа с натуры. Именно наблюдение помогло грекам создать великолепные произведения искусства, к которым по сей день продолжают возвращаться художники для изучения и обучения на их основе. Все наблюдения греки старались научно подтверждать, именно поэтому их творения выглядят убедительно и верно с точки зрения научности [8, с. 302]. Римляне, в свою очередь, переняли от греков их искусство, не создавая собственной аутентичной культуры, так

как к искусству они относились как к повседневному ремеслу, необходимому для украшения быта людей. Отсюда и следует перенятие чужой культуры — копирования греческих образцов. Почти все римские статуи сделаны с греческих образцов.

Художники средневековья часто использовали метод копирования для создания своих рисунков. Сохранились слова византийского автора о технике выполнения копии: «...прилепи пропитанную маслом бумагу твою к четырем краям подлинника; изготвь черную краску с малым количеством яичного желтка и тщательно обведи ею рисунок и наложи тени; потом приготвь белила и наведи пробела и самыми жидкими белилами обозначь светлые места. Тогда выйдет очерк изображения, потому что бумага прозрачна, и сквозь нее видны все черты подлинника». Помимо приведенного примера существует известный большинству способ перенесения изображения с оригинала. К окну прислоняли подлинник, на него накладывали чистый лист и обводили контур изображения. Подобный метод был оправдан для той эпохи, так как преобладало ремесленничество.

В Средневековье также, как и в Древней Руси, искусство носило сугубо религиозный характер. Религию диктовала свои правила, главным из которых было не передача авторской идеи и манеры письма, а образец для создания реплики. В христианстве икона, которая была выполнена по образцу, после освящения также становилась чудодейственной.

В эпоху возрождения копирование также существовало, однако относились к нему довольно противоречиво. О данном методе говорится в трудах флорентинского зодчего Л. Б. Альберти «Три книги о живописи». Большого значения деятель уделяет методу «завесы» (рис. 2).

Этот способ включает в себе и работу с натуры, и перенесение изображения посредством сетки, натянутой на раму. Смотря на изображаемой через сетку, художник переносил изображение на поверхность. Также подобным эффектом обладала камера обскура. Леонардо да Винчи же считал основополагающим методом обучения рисунку работу с натуры, однако противоречит себе в собственном трактате «Книга о живописи», в главе «Способ точно срисовать местность» описывает подобный метод, напоминающий копирование изображения местности. Также в главе «Обучение живописца» художник разрабатывает собственную методику обучения будущих художников, в которую также входит копирование с образцов великих предше-

ственников. Изначально юным художникам следует изучать перспективу, затем меру, то есть, вероятно, композицию и соразмерность. Для этого необходимо практиковаться на хороших работах, перенимая опыт их авторов. Последним этапом следует ознакомление и тренировка намеренности также хороших работ предшественников, при этом

копирование вовсе не помешает в овладении навыка рисования. Известный мастер эпохи Возрождения Ченнино Ченнини писал в своем дневнике: «Постоянно трудись и наслаждайся, срисовывая лучшие произведения, какие ты сможешь найти, сделанные рукою великих мастеров» [4, с. 72].



Рис. 2. Метод завесы. Леон Баттиста Альберти, 1437 г.

Общеизвестный факт, что в XVII веке система образования делает шаг вперед, во всем мире появляются академии для обучения молодых людей. Российская империя не становится исключением, и в 1757 в Санкт-Петербурге открывается Императорская Академия художеств, которая несла академическую систему обучения по примеру европейских учебных заведений. Например, в Болонской Академии существовала следующая система обучения художников: в начале изучались основы рисунка, далее обязательным этапом шло рисование «с образцов», то есть копирование. Только после этого этапа ученики могли приступать к работе с натуры над античными скульптурами и статуями, а уже далее с живой натуры.

Подобная система существовала и в уже упомянутой Императорской Академии художеств. Копирование также считалось основой овладения навыка рисования, и изучалось перед преступлением к работе с натуры. «...К концу года ученики начинали копировать с оригиналов рисунки голов, частей человеческого тела» ... Известно, что первые занятия по копированию проводили в Эрмитаже, копировали Рубенса, Шардена, Рембрандта и Буше. Копирование здесь имело систему (рис. 3). Карл Брюллов писал, что написал несколько копий с известного портрета «Папы Иннокентия» Веласкеса. Считается, что прежде, чем приступить к созданию своей знаменитой картины «Последний день Помпеи», Брюллов сделал большую копию картины Рафаэля.

Почти все русские художники обучались, в том числе посредством копирования. Среди них можно выделить Иванова, Репина, Венецианова, Серова, Левитана и многих других. Часто многие из них ездили за границу, чтобы иметь возможность копировать непосредственно с известных образцов мировой живописи. Италия и Франция были местами паломничества многих художников из разных стран,

в том числе и из России. Они много копировали старых мастеров. Но зачастую это было не точное копирование образца. Художники позволяли изменять себе элементы произведения в угоду композиции, цвета или конструкции. Копирование не было бессознательным действием. Это было осмысленное изучение образца и обдуманно выбранные материалы. Копии делали теми же материалами, что и были написаны картины, взятые за образец. Копировалось все, начиная от основания — холста и грунта.



Рис. 3. Образец для копирования в Русской Императорской Академии Художеств, конец XVIII века

Ведущие преподаватели Академии художеств — П. П. Чистяков, В. Г. Перов, И. Н. Крымской — пытались составить собственную методику преподавания рисунка, они отводили ему ведущее место в освоении азов искусства. «Рисунок — это основа основ искусства, овладеть рисунком должен каждый художник, без рисунка художник

беспомощен» ... [6, с. 37]. Также серьезно они относились к копированию, считая, что оно имеет большое значение в овладении изобразительным искусством.

Тем не менее копирование зачастую подменялось понятием механического перенесения рисунка, что подрывало его репутацию как самоценного метода обучения изобразительной грамоте. К советским годам методика обучения вовсе оскудела. Она основывалась лишь на рисовании с натуры, так как знаменитые художники-педагоги считали его ведущей деятельностью. Практически все ведущие программы обучения основывались на данном виде занятий, пренебрегая копированием, которое не нашло места в советской системе образования.

Современная же обстановка в области методики преподавания изобразительного искусства не сильно отличается от советской. Основываясь на негативном опыте предшественников, педагоги не рискуют вводить копию в про-

грамму дисциплины ИЗО, дабы она не заменялась бесполезным перерисовыванием, не несущим в себе пользы. Все же в исключительных случаях учебные заведения опираются на опыт ранней Императорской Академии, в которой помимо рисования с натуры существовали копировальные классы.

Значение копирования не в том, чтобы перенять манеру того или иного художника, а в том, чтобы на практике ощутить гигантский разрыв между тем, что умеешь и знаешь сам, и тем, что могли сделать наши предшественники. Подобная практика является прекрасным способом ознакомления с произведениями искусства и деятельностью выдающихся художников, а также обучению живописного мастерства. Копирование служит неким наглядным пособием для ученика, поскольку позволяет досконально изучить композицию работы, колористическое решение, технические приемы автора.

Литература:

1. Билибин И. Я. Великие художники том 53. — М.: Издательство «Директ — Медиа», 2010;
2. Давыдов Е. А. Копирование европейской живописи в системе Академии художеств 60 годов XVIII века. Институт живописи, скульптуры и архитектуры им. Репина сб. «Проблемы развития зарубежного искусства», ч. 2. — СПб.: ВШ, 2013;
3. Дубровин, В. М. Классические и современные методы работы в технике масляной живописи: учебное пособие / В. М. Дубровин. — М.: МГПУ, 2013. — 72 с.
4. Киплик Д. И. Техника живописи. — М.: «Сварог и К», 2002–502 с.;
5. Миронова Л. Н. Цветоведение — М.: Высшая школа, 2004;
6. Недошивин Г. Н. Беседы о живописи — М.: Молодая гвардия, 1959;
7. Неклюдова М. Г., История русского искусства. Том 2, часть 2. — М.: Художник, 2000;
8. Чистов П. Д. Системные основы преподавания изобразительного искусства — М.: Вестник Московского государственного областного университета, 2016;
9. Шкандрий, Я. О. Основные сведения по технологии живописных материалов и технике живописи//Школа изобразительного искусства: Вып. 3.: Учеб.-метод. пособие — М.: Изобраз. искусство, 2009;
10. Беда, Г. В. Живопись [Электронный ресурс]: В помощь начинающим и самодеятельным художникам / Г. В. Беда. — М.: Искусство, 1971. — Режим доступа: http://www.studmed.ru/beda-gv-zhivopis_5037165d2cd.html# (дата обращения 15.12.22). — Режим доступа: Свободный доступ.
11. Ростовцев, Н. Н. История методов обучения рисованию [Электронный ресурс]: Русская и советская школы рисунка: учеб. пособие для студ. худ. — граф. фак. пед. ин-тов / Н. Н. Ростовцев. — М.: Просвещение, 1982. — Режим доступа: http://hudozhnikam.ru/zarubezhnaya_shkola.html (дата обращения 17.11.22). — Режим доступа: Свободный доступ.

ФИЛОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИКА

«Итальянский текст» в «Ностальгии» А. Тарковского

Абрамовских Елена Валерьевна, доктор филологических наук, профессор;

Лала Елизавета Петровна, студент;

Раудина Ольга Викторовна, студент

Самарский государственный социально-педагогический университет

В статье рассматривается трансформация культурных кодов «итальянского текста» в кинофильме Андрея Тарковского «Ностальгия». С помощью символов итальянской культуры Тарковский выстраивает центральные образы кинотекста, пытается для главных героев (Евгении, Доменико и Андрея Горчакова) найти путь выхода из тоски по метафорическому «дому» к свету, в который каждый герой вкладывает свой смысл. В «Ностальгии» мы наблюдаем преодоление стереотипов в восприятии итальянской культуры. Киноязык А. Тарковского в «Ностальгии» тяготеет к жанру притчи.

Ключевые слова: итальянский текст, кинотекст, культурный код, притча, Андрей Тарковский, Тонино Гуэрра.

"Italian text" in "Nostalgia" by A. Tarkovsky

The article deals with the transformation of the cultural codes of the «Italian text» in Andrei Tarkovsky's film «Nostalgia». With the help of symbols of Italian culture, Tarkovsky builds the central images of the film text, tries for the main characters (Eugenia, Domenico and Andrei Gorchakov) to find a way out of longing for a metaphorical «home» to the light, in which each character puts his own meaning. In «Nostalgia» we see the overcoming of stereotypes in the perception of Italian culture. The film language of A. Tarkovsky in «Nostalgia» gravitates toward the parable genre.

Keywords: italian text, film text, cultural code, parable, Andrei Tarkovsky, Tonino Guerra.

Культура не может существовать в изоляции. Каждая культура самобытна, но не может не включать себя «чужие» элементы, которые обогащают её, а порой и заставляют переосмысливать. В литературоведении существует традиция изучения различных текстов «другой» культуры («итальянского», «венецианского»), а также локальных «городских» текстов («московского», «петербургского», «самарского» и др.) в литературе.

«Итальянский текст» включает представления об истоках европейской христианской культуры, о наследии Древнего Рима и эпохи Ренессанса; романтический образ родины искусств, «земного рая»; национальный характер её жителей, интеграцию древнеримского и итальянского наследия в контекст мировой мысли. Под «итальянским текстом» будем понимать систему культурных кодов итальянской культуры, находящих отражение в произведении русского режиссера.

Рассмотрим взаимодействие и взаимоотражение русской и итальянской культур в творчестве Андрея Тарковского. Предпоследний фильм режиссёра «Ностальгия» был снят в Италии, в 1983 году.

Обозначим фабулу кинотекста: русский писатель Андрей Горчаков приезжает в Италию для сбора информации о русском композиторе XVIII века Павле Сосновском. Но постепенно герой теряет интерес и к Италии, и к своему исследованию, и, кажется, даже к жизни. На всем пути его сопровождает переводчица Евгения, к концу не выдерживающая ностальгического мироощущения героя. Единственное, что возвращает героя к жизни и наполняет её смыслом — знакомство с местным сумасшедшим Доменико, поглощенным идеей спасти человечество и убеждающим русского писателя ему помочь. Доменико погибает, а Андрей Горчаков совершает крестный путь со свечой, переданной ему Доменико.

Однако сюжет изложения этой истории гораздо сложнее и за бытовым планом вскрывается бытийный.

На наш взгляд, выбранный ракурс изучения «Ностальгии» А. Тарковского позволит выявить скрытые смыслы данного кинотекста. Это позволит не только лучше понять замысел авторов «Ностальгии», но и актуализировать русско-итальянские связи в искусстве.

Цель исследования: изучение функционирования «итальянского текста» в кинофильме А. Тарковского «Ностальгия» (1983).

Задачи исследования: проанализировать фильм «Ностальгия» и найти элементы «итальянского текста»; выявить функции «итальянского текста» в кинокартине; выявить скрытые смыслы кинотекста.

В исследовании мы опирались на работы по киноэстетике Ю. Н. Тынянова [29], Ю. М. Лотмана [12; 13]; работы по исследованию культурного текста В. Н. Топорова [27], С. Л. Константиновой [9], Н. Е. Меднис [14].

Наиболее приближены к теме нашего исследования работы М. И. Туровской [28] и И. И. Евлампиева [7].

В монографии М. И. Туровской представлен целостный анализ художественного мира и особенностей киноязыка режиссера; анализируются ключевые сцены «Ностальгии» в контексте «Сталкера» и «Жертвоприношения». Исследователь отмечает, что главный герой «Ностальгии» — искатель, который находит того, кто готов принять на себя «бремя мировой скорби и искупления» [28, С. 215].

Мы считаем, что «Ностальгия» незаслуженно забыта. Об этой картине мало говорят критики и зрители. В существующих исследовательских работах и творчестве А. Тарковского «Ностальгии» отводится наименьшее внимание. Как правило, эта картина рассматривается как этап между «Зеркалом» и «Жертвоприношением», либо просто стоит в перечислительном ряду не-фантастических картин.

История создания «Ностальгии» связана с отъездом А. Тарковского из СССР. Приведём несколько высказываний современников режиссера и самого А. Тарковского, раскрывающих историко-культурный и биографический контекст.

В Эссе искусствоведа Паолы Волковой «Сад забытых фруктов» описывается история создания «Ностальгии»: «Тарковский жил на Мосфильмовской в том же доме, что и Лора. Туда к ней приехал Тонино. И сразу же возникла мысль о совместном фильме в Италии. «Какой фильм? Для того чтобы все это совершилось, мы затратили три года... И чтобы убедить тогда руководителей кино, то есть Сизова и Ермаша, отпустить Андрея снимать в Италию, Тонино приводил такой довод, что любой человек, особенно такой как Андрей, должен снять путешествие по Италии. Потому что это необходимый этап для жизни художника (...)» [6, С. 324]

В эссе упоминается Лора — переводчик Андрея Тарковского, которая работала с ним в Италии. Она вспоминает, как искали места для съёмок: «Мы приехали в место, которое мне указал Феллини, исключительное место. Оно называется Баньо Виньони. Он мне рассказал, что это одно из самых волшебных мест в Италии. Это маленький-маленький городок, рядом Пьенца, Кьянчано. В этом месте площадь формирует дымящийся бассейн, в котором искупалась Екатерина Сиенская... Там была гостиница. И Андрей сказал, что именно здесь будет происходить действие фильма. Так началась история «Ностальгии»»

[6, С. 325]. Заметим, что описываемые локации — нетуристические точки Италии. Андрей Тарковский посмотрел много мест, которые всегда казались ему «слишком красивыми».

Тонино Гуэрра, второй режиссер и друг Тарковского, так сформулировал задумку фильма: ««Ностальгия» выражала состояние души Андрея в то время. Андрей очень любил Италию, но у него была та ностальгия, о которой он заявил в этом фильме, ностальгия советского человека, который не может возвратиться» [6, С. 325].

Многие воспринимают фильм «Ностальгия» как автобиографический, отражающий личные впечатления режиссера. Сам А. Тарковский так определял смысл «Ностальгии»: «Я хотел рассказать о русской ностальгии — том особом и специфическом состоянии души, которое возникает у нас, русских, вдали от родины (...) Мог ли я предположить, снимая «Ностальгию», что состояние удручающе-безысходной тоски, заполняющее экранное пространство этого фильма, станет уделом дальнейшей моей жизни? Мог ли я подумать, что отныне и до конца дней моих я буду нести в себе эту тяжелую болезнь?» [27, С. 233]

Неоспоримы два факта: и сам Тарковский, и его герой носят одно имя — Андрей, и оба отправляются в Италию в связи с работой. Более того, что касается Италии — отношение к ней у режиссера и его героя сходное: они оба устали от ее красот. Во «Времени путешествия», документальном фильме о путешествии по Италии Тарковского и Тонино Гуэрры, снятого и смонтированного ими самостоятельно, Тарковский долго спорит с Гуэррой по поводу того, где им стоит снимать кино. В фильме Андрей Горчаков говорит в самом начале: «Надоели эти ваши красоты хуже горькой редьки»¹. К чертам сходства можно отнести и состав семей двух Андреев, оставшихся на родине (жена, младший сын и старшая дочь), и общую слабость здоровья: Андрей-герой умирает в бассейне от сердечного приступа (хватается за сердце, падает, инфаркт — первое приходящее на ум объяснение; другого в фильме не дается), в то время как Андрей Тарковский — «биографический автор» — неоднократно переживает инфаркты, в том числе незадолго до съёмок «Ностальгии» — во время работы над «Сталкером».

Говорящей в биографическом контексте можно считать фамилию героя — Горчаков. Откуда же она взялась?

Во «Времени путешествия» мы видим отражение не только авторского кризиса от «чисто итальянской красоты», но и кризис невозможности постигнуть «русскую красоту в Италии». Воодушевила режиссера Вилла Горчакофф в Сорренто, а если точнее — знаменитый пол внутри с имитацией влетающих из-за окна лепестков. Изучением истории виллы Горчакофф, так заинтересовавшей

¹ В художественном сценарии вместо этой фразы приводится внутренний монолог героя об однообразности мест и будней в целом: «Я уже месяц в Италии, — доносится до нас его внутренний голос, — и, кажется, не могу больше. Хватит. В голове какой-то сумбур, все перепуталось. То, что, как мне кажется, я видел в Вероне, может быть, было вовсе не в Вероне, а совсем даже в Венеции. И наоборот».

А. Тарковского, занимался исследователь русского зарубежья М. Г. Талалай [20, С. 138–152]. На основании его работы 2016 года мы обнаружили некоторые черты сходства в истории семей-владелиц старинного поместья и судьбой героя фильма А. Тарковского. Мария Михайловна Стурдза — жена Константина Александровича Горчакова — первая хозяйка виллы. Именно при ней вилла Стурдза превратилась в виллу Горчакофф и появился знаменитый майоликовый пол. Это место постепенно стало «русским островком» в Италии. Но первой русской владелицей виллы по праву наследования явилась дочь Марии Стурдза — Елена Константиновна Горчакова. Она первая из семейства Горчаковых стала постоянной жительницей виллы (ее мать чаще находилась в Париже). Подобно герою фильма, Андрею, нашедшему родственную душу в безумце Доменико, Горчакова знакомится и находится в дружеских отношениях с Маркизой Казати, отличающейся некоторыми странностями. Более того — сходны и исходы жизней Горчаковой-старшей и Андрея. Оба не смогли вернуться на родину, несмотря на то, что работали для России (Андрей — культурно, Елена — материально).

Более того, и сам Тарковский в свое время отказался возвращаться в Россию, окончив свою жизнь в Италии, из-за того, что чувствовал свое творчество не принятым и ненужным на родине.

Андрей, как некогда Мария Горчакова, отдает дань итальянской истории, но, как и Мария Горчакова, не чувствует себя в Италии как дома. Если графиня всю жизнь, превращая виллу в «русский остров», сама почти все время живет во Франции, то Андрей останавливается на полпути к Мадонне (в капеллу в начале фильма он так и не входит, не достигнув собственно цели путешествия) и стремится покинуть Италию. С обеими графинями Горчаковыми героя фильма объединяет не сложившийся в чужой стране роман. Мария Стурдза, вышедшая замуж за Константина Горчакова, в итоге разводится с ним. То же происходит в судьбе ее дочери Елены. Что касается Андрея — на его несостоявшиеся отношения с переводчицей Евгенией дается лишь намек, типичный для Тарковского.

Андрей Горчаков, Евгения, Доменико — главные герои фильма — находятся в ситуации личного кризиса, ощущая себя несвободными, пытаясь преодолеть какие-то личные преграды, не дающие им стать счастливыми.

Попытаемся охарактеризовать три основных образа как типы пленников: географического, идеологического и религиозного.

Пленник географический — это Андрей. Его личный кризис э способен разрешиться только путем преодоления физической границы между Италией и Россией. На это указывает не только его речь, но и визуальная составляющая фильма.

На черно-белых кадрах представлены воспоминания, сны или мысли о России, по которой ностальгирует Горчаков, всегда много предметов, находящихся в кадре довольно «плотно».

Например, в сцене, где Евгения выходит из автомобиля по направлению к собору, зрителю видны лишь туман, забор и сам автомобиль, в котором приехали герои. При этом дана широкая панорама местности. Стоит камере начать перемещаться и начать снимать здание, в котором состоится важный для Евгении диалог со священником, как сцена прерывается. Дело в том, что эта сцена показана через призму восприятия Андрея: для него давно, как в тумане, все красоты природы, он не замечает деталей. Кроме того, он не заходит в собор, чтобы взглянуть на фреску, ради которой приехал.

Следующая сцена с участием Андрея — сцена его мысленного погружения в ностальгические мысли о доме. На одном клочке земли видны одновременно бокал, тюль, перо, монеты, лежащие на дне лужицы. Несмотря на реальное пребывание героя в туманной итальянской глуши, глушь российская, в которой он мысленно пребывает, освещена солнцем, что очевидно даже без цвета. Переводя взгляд чуть вдаль, герой продолжает замечать детали, хранимые его сознанием: дома, деревья, целая сеть тропинок, *какой-то мешок*, подвешенное к ветке колесо. Более того, в реальности его взгляд фокусируется на фигуре, одиноко уходящей в собор Евгении, а внутреннему взору входящий в родной дом человек представляется ангелом (в белом и с крыльями за спиной).

Еще один пример: мысленное прочтение письма Сосновского, написанного в Россию. Вслед за эмоциональной сценой ссоры Андрея с Евгенией, в момент которой в пустой гостинице их застают мужчина с ребенком, кадр опустошается, Евгения уходит, случайные свидетели тоже удаляются. Мимо проходит «дама с собачкой», на которую герой даже не смотрит. Вероятно, здесь можно усмотреть аллюзию к рассказу А. П. Чехова «Дама с собачкой». Однако события «курортного» романа, разворачиваемые писателем, оказываются не важными ни для автора, ни для героя.

Все яркое, что предстает его взгляду — капли собственной крови. Отъезд Евгении из гостиницы он тоже не замечает. И пойти ему некуда, несмотря на то, что довольно продолжительное время в кадре находится лестница и дверь в номер. Вновь оказавшись в состоянии эмоционального упадка, Андрей находит спасение в воспоминаниях о доме. Комната вновь наполнена светом, в противовес неприветливой белой гостинице. Стены увешаны фотографиями, рядом с кроватью находится окно, выходящее на улицу.

Несмотря на пустоту остальной части помещения, даже она кажется обжитой: окна занавешены шторами (неодинаково, т. е. человек к ним прикасается и периодически двигает), у стены стоит столик со стеклянными сосудами, возле одного из окон — стул с накидкой, на одном подоконнике — цветы, а на другом, раскрытом Марией, — голубь (судя по всему, белый, как символ мира, царящего в доме, по воспоминаниям Андрея). У дверей — обувь. Мысленный взор медленно перемещается за пределы дома. Даже при затуманенности местности (признак легкой подзабытости в силу тяжелого физического состояния героя в реаль-

ности — у него скачет давление) все еще можно различить множество деталей: во что одеты дети и жена, окрас собаки, тропинка к реке, электрический столб, белая лошадь вдали. Следом — ретроспективная сцена. Вглядевшись в лица родных, оставшихся за границей, герой медленно выплывает из своих мыслей. Но при этом запирает свои воспоминания, как бы продолжая ограничивать их территориально. Остановившись на определенных точках, члены семьи больше не двигаются, а заканчивается сцена относительно громким звуком. Семья, отдельно от Андрея, встречает свой рассвет.

Это последняя сцена с воспоминанием перед смертью Горчакова. Вслед за ней мы видим скульптуру ангела, виднеющуюся через поток воды. Вид скульптуры очень похож на силуэт фигуры ангела, входящей в дом в первом воспоминании Андрея. При этом поток воды может выступать физической границей между героем и его связью с Россией. Евгения, как его переводчица и единственный человек, который в Италии мог бы говорить с ним по-русски, о России и отечественном искусстве, тоже уходит от него. Так Андрей остаётся в полной изоляции.

Подобные параллели проводятся на протяжении всего фильма по следующей схеме: эмоциональное событие — осознание пустынности «другой» жизни, проявляющееся в том, что герой не замечает никаких физических элементов — ландшафтов или интерьеров, за которые может эмоционально «зацепиться»; осознание того, что в Италии нет для него дома — погружение в воспоминание о доме в России — возвращение в итальянскую реальность, состоящую из холодной величественной архитектуры и пустых мощеных улиц.

Тоска по дому в России у Андрея вызвана его географической отдаленностью, ему важно быть связанным с ним физически. Во время нахождения в Баньо Виньони, еще при заселении, Евгения спрашивает у Горчакова, не увез ли он случайно ключи от прошлой гостиницы, на что Андрей отвечает, что это его ключи. После небольшой паузы добавляет, что они от дома. Это уточнение не требовалось, чтобы зритель мог установить, от чего эти ключи, если они личные, однако герою оно важно, поскольку напоминает о том, что ему есть куда вернуться, что его место на его земле. И это точно не одна из итальянских гостиниц.

Более явно географическое пленение героя прослеживается во время вербальных контактов с другими персонажами фильма. Самый яркий пример — разговор с Евгенией о том, что нужно сделать, чтобы «начать понимать друг друга»¹.

Значимой является сцена после расставания Андрея и Доменико, когда Горчаков заходит в свой номер и обнаруживает в нем Евгению. Женщина, долгое время проводя с Андреем, понимающая, что для него важно, наде-

ется, что «он не убьет ее за вторжение». Не за то, что она пользуется его вещами, а за то, что находится в «его» пространстве. Вероятно, это связано со сценой ранее, когда Евгения, еще не успевшая постучать в дверь, обнаруживается героем. Тогда их диалог состоится через порог — физическую границу пространства Горчакова и итальянской переводчицы. Евгения гневно делится своими отчаянными мыслями. На ключевых моментах монолога — словах о свободе — между итальянкой и русским писателем также всегда демонстрируются четкие физические границы (стекло зеркала) на словах: *«Ты не свободен. Вы все, кажется, хотите свободы, говорите о свободе. Но, по-моему, если вам дать свободу, вы не будете знать, что с ней делать»*; и стена колодца, на которую выходит окно номера: *«Я понимаю. Это все, наверное, от этой страны, от воздуха, которым ты дышишь...»*. Во втором случае Евгения иронизирует, но попадает в точку. Слова женщины не доходят до сознания Горчакова, потому что он изначально не воспринимает её всерьез, до тех пор, пока та не называет его лицемером.

Прожив месяц (по художественному сценарию) в Италии, к самой стране Андрей так и не приблизился, продолжив мыслить стереотипами, причем, всего двумя: *«Ведь в Италии все стреляют. А потом, здесь слишком много ботинок»*, — говорит он девочке, встреченной в затопленном здании, в котором читал стихи Арсения Тарковского.

Евгения, как и Андрей, переживает личный кризис, пытается найти выход из собственного плена — идеологического. Переводчица итальянского происхождения — женщина эмансипированная [28, С. 203], красивая, амбициозная. Она знает, что заслуживает большего, но в личной жизни ей не везет. Ее образ был самым устойчивым в задумках режиссера, поэтому в фильме от своего дневникового наброска переводчица практически не отличается.

В мире Евгении все подчиняется логике: если приехали смотреть на фреску, то нужно пойти и посмотреть, если человек официально признан сумасшедшим, то вести с ним диалог здоровому человеку ни к чему, если мужчина делает комплимент, значит, думает об этой женщине и испытывает к ней романтические чувства. То же касается и глобальных вопросов. Евгения считает, что представители разных стран начнут понимать друг друга, если познакомятся с историей и культурой друг друга; мир во всем мире возможен, стоит только захотеть.

Каждая из этих установок разбивается о реальность. Андрей, «прожужжавший ей все уши» Мадонной дель Парто, отказывается уходить от автомобиля.

У женщин, вымаливающих детей у беременной Мадонны, у которых есть *вера*, нет статуса сумасшедших, но у *верующего* Доменико такой статус есть. Поэтому в капелле, где совершается молитва о деторождении, мы глазами Евгении вглядываемся в каждую деталь, вслушиваем ее ушами в каждый звук: церемонные поклоны фигуре святой, женский плач, всеобщее коленопреклонение (на которое у самой переводчицы не хватило веры), в сотни птиц и трепетание их крыльев. И даже слова свя-

¹ «— Ничего-то вы в России не понимаете. — Тогда и вы ничего не знаете про Италию, если вам ни к чему Данте, Петрарка, Макиавелли. — Куда уж нам, убогим. — Что же нам тогда делать, чтобы узнать друг друга? — Надо разрушить границы. — Какие границы? — Государственные»

щенника о предназначении женщины² Евгения принимает близко к сердцу, поскольку тот имеет статус священника — доверенного лица Бога на земле. Даже несмотря на их неприятие в её душе.

Андрей, под наплывом творческого возбуждения, найдя интересную историю в лице Доменико, говорит Евгении о том, «какая она красивая в этом свете, рыжая-рыжая». И уже в следующую секунду, абсолютно игнорируя счастливое лицо женщины, продолжает: «Кажется, я начинаю догадываться. Как, по-твоему, почему он семь лет протерзал их взаперти?»

В очередной раз получив подтверждение, что ничего серьезного Горчаков к ней не питает, Евгения отказывается выражать свое мнение. Будто вспомнив слова священника о своем истинном предназначении (которое не заключается в том, чтобы рассуждать о потемках души умалишенного).

К тому же, с явным ожесточением в тот момент она воспринимает саму формулировку высказывания «я начинаю догадываться... как, по-твоему...». Горчаков, зная ответ на свой вопрос, будто бы подтрунивает над переводчицей. Он — русский — понимает итальянского сумасшедшего, в то время как сама Евгения «ничего-то в России не понимает».

Евгения твердо уверена, что все ее неудачи — вина окружающих. В последнем споре с Андреем, когда гнев женщины уже невозможно сдержать, Евгения в монологе о свободе обобщает всех, с кем ей не удалось достигнуть взаимопонимания словами «вы все...» и «Я не о тебе. Ты хуже всех».

Заканчивая тираду в номере, Евгения сообщает, что уже нашла нужного ей человека, и он «ждет ее в Риме». И мы видим его чуть позднее — Витторио. Обозначив имя, Евгения дает Горчакову понять, что этот человек для нее важен. При этом единственное отличие Витторио от Андрея, по мнению Евгении, в его желании жениться на ней. В остальном — такой же угрюмый — «зануда», как в адрес Горчакова выразилась переводчица — в costume и занятой своими делами. Это свидетельствует о невозможности героини познать душу Андрея.

Переводчица тоже испытывает ностальгию. Но не потому, что она не может вернуть, а по тому, что она хочет получить. Мы называем Евгению пленницей идеологической, поскольку она, одержимая идеей проникнуть в чужую для себя культуру (через стихи русских поэтов или через поездку за границу). В то же время именно это делает Евгению олицетворением итальянского идеала женщины. От своей Ностальгии Евгения сможет освободиться только если целостно примет свою сущность. Что же это за культурный идеал?

Женщина в фильме напоминает образ, сошедший с полотна Боттичелли. У неё пышная грива золотых или рыжих длинных волос, грустное выражение лица, свободные

одежды — так выглядит переводчица Горчакова Евгения. Идеал Боттичелли воплощался в образе Венеры. Он считал, что человек не обожествлялся, но становился прекрасным и «расцветал», когда в его душе раскрывалась любовь. Можно составить смысловую цепочку:

В начале фильма Евгения полностью соответствует этому суждению. Она обращает на себя внимание, ищет мужчину, с которым могла бы устроить свою личную жизнь (пытается добиться любви Горчакова). Однако её поиски неудачны.

Евгения упрекает Горчакова в том, что он не может отдаться чувствам и жить в своё удовольствие — главное, по её мнению, отличие русских от европейцев. В этом высказывании проявляется эгоизм Евгении, следуя которому счастливой она не становится.

К концу фильма Евгения отказывается от своих установок, «покоряется». Меняется её образ и концепция любви: Любовь — жертва, материнская любовь — идеал Мадонны.

Во внешнем облике переводчицы также происходят изменения: она собирает волосы в узел на затылке, переодевается в чёрное платье, исключает любые украшения. Так Венера превращается в Мадонну. Евгению и сравнивают с «Мадонной дель Парто». Именно на этой фреске вопреки законам иконописи Мадонна изображена беременной.

Андрей Тарковский часто использовал в своих фильмах произведения искусства как знаки «другого» культурного текста. В «Ностальгии» нет ничего, кроме фрески «Мадонна дель Парто». Она раскрывает не только образ Евгении, но и образ Андрея Горчакова. Между двумя образами проводят параллели: кадр перескакивает с лика Мадонны на лицо героя, снятого крупным планом; прихожанка выпускает стаю голубей из статуи Мадонны, а через несколько кадров Горчаков поднимает с земли белое перо. Связь между образами есть и в финале фильма. Мадонна беременна — она ожидает появления Спасителя. Горчаков принимает идею Доменико и идёт по бассейну Святой Екатерины с зажжённой свечой. Этот длинный непрерывный кадр символизирует, с одной стороны, течение человеческой жизни от рождения до смерти (и сам Горчаков умирает, поставив свечу на противоположной стене бассейна), с другой — герой, который связан с Мадонной, несёт свечу, символизирующую спасение. Исходя из сюжета «Ностальгии», назвать спасителем самого Горчакова, безусловно, нельзя. Однако эпизод в бассейне даёт ощущение надежды и света, который всё же ждёт человека.

Все три образа — Мадонны, свечи и Спасителя (или просто человека, который несёт Свет) — неразрывно связаны с Италией, которая считается колыбелью христианства. Религиозный смысл здесь не искажается, как в стереотипе «Италия — Эдем», а показан достаточно прямо. Более того, религиозная плоскость фильма раскрывается и в третьем главном образе — образе сумасшедшего Доменико.

В фильме рассказываются истории пяти персонажей, поглощенных ностальгией. Но подробно раскрыты только

² — Я человек простой, но, по-моему... женщина нужна для того, что бы рожать детей, растить их с терпением и самоотречением. — Больше, по-вашему, она ни на что не годится? — Не знаю.

три. И история Доменико — одна из них. Самая спорная и, несмотря на окончание, самая жизнеутверждающая.

Доменико, окончивший университет и являющийся по образованию математиком, имеет статус сумасшедшего. «История болезни» итальянца из фильма очень похожа на историю русского больного из художественной литературы. Так, герой В. Гаршина из «Красного цветка» — человек образованный, сохраняющий свой интеллект и характер. Несмотря на это, он уверен, что обитатели психиатрической больницы — это люди, собравшиеся вместе, чтобы искоренить зло на земле. И все это зло заключено в трех красных цветах мака, растущих на больничной клумбе. Он готов умереть, «как честный боец и как первый боец человечества, потому что до сих пор никто не осмеливался бороться разом со всем злом мира» [4, С. 195]. С каждым сорванным цветком физическое состояние больного ухудшается. После уничтожения последнего мака его находят мертвым, но счастливым.

Нечто подобное происходит и с Доменико: он тоже предпринимает три попытки спасти людей и счастливым совершает саможжение в конце. В первый раз он запирает семью дома на семь лет, затем задается идеей пройти с зажженной свечой через бассейн возле гостиницы (где, по преданию, от горячей струи погибла Святая Екатерина), а в третий раз призывает к всеобщему объединению «*так называемых, больных*» и «*так называемых, здоровых*». От героя Гаршина он отличается лишь тем, что пытается донести свои мысли до широкой публики. «*Вещает, как Фидель Кастро*» — сказала о его выступлении Евгения в телефонном разговоре с Горчаковым.

Доменико ностальгирует по началу времен, когда человечество было едино с природой и самой жизнью. И эту ностальгию он твердо намерен преодолеть, объединившись со всеми людьми, которые увидят или услышат его призыв. Об этом выходе он стал задумываться, когда еще жил взаперти вместе с семьей. «*1+1=1*», «*Одна капля, потом еще одна образуют одну большую каплю — не две*», «*Надо научиться не курить, а делать что-то важное*» — вот его убеждения. Последнее прочно оседает в памяти Горчакова. Когда он уже собирается улетать и закуривает у арки Ланцетти в Риме, на лице писателя четко прослеживается эмоция воспоминания об этих словах и согласие с ними. Сделав одну затяжку, Андрей чувствует, как у него заболело сердце и бросает сигарету, принимая решение выполнить просьбу Доменико.

«*Так называемые здоровые*» не слышат сумасшедшего. На площади собрались такие же, как сам Доменико — бывшие пациенты закрытых ныне желтых домов. Здоровые либо проходят мимо по своим делам, либо «глазят», как на представление. Об этом говорит сцена с включением музыки. Ее не удается включить на нужном моменте, поскольку момент нужен лишь Доменико. Но с помехами она запускается в ту секунду, когда тело вещателя охватывает пламя, когда случается акт искупления сумасшедшим грехов здоровых. Так происходящее воспринимается траги-

комически. Точно так же, как слишком поздно играет музыка — слишком поздно приезжает полиция. И это лишь подтверждает верность слов Доменико: «*Глаза всего человечества устремлены на водоворот, в который нас всех вот-вот затянет. Кому нужна свобода, если вам не хватает мужества взглянуть в наши глаза, есть, пить и спать вместе с нами?*» Именно так в итоге здоровые люди, имеющие свободу и власть, приезжают лишь тогда, когда им нет нужды смотреть в глаза умирающему больному в огне, когда им остается лишь забрать его «*кости и пепел*».

К счастью Доменико, не все здоровые слепы и глухи к его словам. Если он смог достучаться до Андрея, русского, постоянно говорящего «*хорошо*», когда все плохо, то не все потеряно и люди все еще могут брать за руки и объединяться.

Таким образом, для каждого из героев фильма ностальгия выглядит по-своему. Они скучают и мечтают вернуться в то время или место, где будут чувствовать себя «как дома», то есть счастливыми. Но несмотря на разные причины этого чувства, на самом деле, в своей тоске все люди едины. Это и демонстрируется нам в ходе фильма.

Тарковский показал не столько ностальгию одного человека и даже не столько причины ностальгии разных людей, сколько этапы ее проживания. Евгения — это жизненный огонь, который постепенно угасает, и *переходит в депрессию* — согласие смириться с меньшим, но неудовлетворенность этим. Переводчица показана на границе перехода в ностальгию. Следующий этап ностальгии отражает Андрей. Он находится в депрессии, но хватается за возможность выйти из нее, из ностальгии, причиняющей ему страдания. Первую половину фильма он безучастен, хмур и молчалив. Но чем дольше он думает о том, какое несет в себе предназначение, какую миссию должен выполнить в Италии, тем больше слов он начинает говорить, тем живее становится его мимика. Он встает на путь понимания природы своей ностальгии.

Но есть и Доменико — человек, перешедший на последний этап ностальгии, к *счастью*, обретший свое избавление. Единственный нашедший свой выход, который, по его мнению, должен принести счастье не только ему и не столько ему, сколько человечеству в целом. Он единственный умирает счастливым, потому что единственный имеет абсолютную веру в свои убеждения.

Доменико ближе всего к Андрею, поскольку тот после месяца в Италии понял, что для себя одного ему не нужны местные красоты (и счастье от их созерцания, соответственно). Горчаков принимает на веру ритуальное действие, которое предлагает совершить Доменико, но не с полной уверенностью, что проход со свечой через бассейн кого-то спасет. Зритель не может быть уверен, что Горчаков умирает, как и Доменико, освободившись от чувства ностальгии.

Таким образом, в «Ностальгии» А. Тарковского мы наблюдаем преодоление стереотипов в восприятии итальянской культуры (образ «рая на земле», Юг, солнце, стра-

на-утопия, страна мечты, искусство эпохи Ренессанса и другие).

Режиссёр выстраивает иное смысловое пространство. Образы Мадонны, свечи и Спасителя (или просто человека, который несёт свет) — неразрывно связаны с Италией, которая считается колыбелью христианства. Религиозный смысл здесь не искажается, как в стереотипе «Италия — Эдем», а показан достаточно прямо. Более того, религиозная плоскость фильма раскрывается и в третьем главном образе — образе сумасшедшего. Горчаков принимает идею Доменико о спасении человечества.

Кульминационной является сцена, изображающая крестный ход Горчакова. Длинный непрерывный кадр сим-

волизирует, с одной стороны, течение человеческой жизни от рождения до смерти, с другой — герой, который связан с Мадонной, несёт свечу, символизирующую спасение.

«Итальянский текст» играет в фильме Андрея Тарковского «Ностальгия» роль «уплотнения» повествования. Именно он добавляет произведению смысловой слой, создаёт необходимую атмосферу тоски в «райском уголке», а также позволяет подобрать «ключи» к образам главных героев. С помощью символов итальянской культуры А. Тарковский выстраивает образ Евгении, пытается для неё, Доменико и Андрея Горчакова найти путь из тоски по метафорическому «дому» к свету, в который каждый герой вкладывает свой смысл.

Литература:

1. Królikiewicz, N. Анализ «природы» ностальгии в художественном пространстве кинокартины Андрея Тарковского *Ностальгия*. *Studia Rossica Posnaniensia*. 44 (2). С. 141–150.
2. Арабов Ю. Н. Кинематограф и теория восприятия. М.: ВГИК, 2003.
3. Болдырев Н. Сталкер Или Труды и дни Андрея Тарковского. Челябинск: Урал, 2002. 382 с.
4. Гаршин В. М.. Избранное. М.: Современник, 1982.
5. Гордон А. Воспоминания об Андрее Тарковском // *Искусство кино*, №4. Апрель. 2001.
6. Гуэрра Т. Тонино. Восемь тетрадей жизни / Тонино Гуэрра. М.: Мелихово, 2016. 432 с.
7. Евлампиев И. Художественная философия Андрея Тарковского. М.: ARC, 2012. 472 с.
8. Казин А. Философия искусства в русской и европейской духовной традиции / под общ. ред. В. П. Сальникова. СПб.: Алетейя, 2000. 432 с.
9. Константинова С. Л. «Итальянский текст» В. Ф. Одоевского // *Текст в гуманитарном сознании: Материалы межвузовской научной конференции*. М., 1997. С. 113–127.
10. Лопухин А. П. Библиейская история Ветхого Завета / По изданиям «Руководство к Библиейской истории Ветхого Завета» (1888); «Руководство к Библиейской истории Нового Завета» (1889). — М.: Альфа-Книга, 2009. — 1215 с.
11. Лотман Ю. М. Место киноискусства в механизме культуры // *Учен. зап. Тарт. гос. ун-та*. 1977. Вып. 411. С. 138–150. Труды по знаковым системам. [Т.] 8.
12. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин, 1973.
13. Лотман Ю. М., Цивьян Ю. Диалог с экраном. Т., 2014.
14. Меднис Н. Е. Венеция в русской литературе. Новосибирск,
15. Нехорошев Л. «Андрей Рублев»: Спасение души // *Мир и фильмы Андрея Тарковского: Размышления. Исследования. Воспоминания. Письма*. Сост. А. М. Сандлер. М.: Искусство, 1991. С. 37–74.
16. *Ностальгия по Тарковскому* / Сост. Я. Ярополов. М.: Алгоритм, 2007. 304 с.: ил.
17. Поселягин Н. В. Кинофильм как объект и не-объект нарратологии // *Narratorium*. 2012. №2 (4).
18. Сильвестрони С. Фильмы Андрея Тарковского и русская духовная культура. М.: Издательство ББИ, 2012. 237 с.
19. Суркова О. Тарковский и я. М.: Зебра Е, Деконт+, ЭКСМО, 2002. 487 с.
20. Талалай М. Г. Вилла Горчакофф в Сорренто — экзотический очаг русской жизни / М. Г. Талалай // *Ежегодник Дома русского зарубежья имени Александра Солженицына*. — 2016. — №6. — С. 138–152.
21. Тарковский А. Архивы, документы, воспоминания / сост. П. Д. Волкова. М.: Подкова, Эксмо-Пресс, 2002. — 464 с.
22. Тарковский А. Запечатленное время. // Медиа-архив «Андрей Тарковский». Тексты. [Электронный ресурс]. URL: <https://predanie.ru/book/84922-zapечатlennoe-vremya/#/toc1>. Дата обращения: 4.03.2022.
23. Тарковский А. Слово об Апокалипсисе // *Искусство кино*. №2. 1989. С. 97–100.
24. Тарковский А. А. Мартиролог. Дневники 1970–1986. Под ред. В. Забродина. // *Международный институт имени Андрея Тарковского* — М.: 2008. — 624 с.
25. Тарковский и Эйзенштейн // Фрейлих С. И. Теория кино: От Эйзенштейна до Тарковского. 3-е издание. М.: Академический проект: Альма Матер, 2005. — 512 с.
26. Тихонова Р. Е. Иконография и семантика женских образов в кинофильмах А. Тарковского «Ностальгия» и «Жертвоприношение» // *Вестник славянских культур*. — Тольятти, 2017. Т. 46. С. 217–225.
27. Топоров В. Н. Петербургский текст русской литературы: Избранные труды. — Санкт-Петербург: «Искусство — СПб». 2003. — 616 с

28. Туровская М. 7 с 1/2, или Фильмы Андрея Тарковского. М.: Искусство, 1991. — 221 с.
29. Тынянов Ю. Н. Поэтика. История литературы. Кино. М., 1977.
30. Шубарт В. Европа и душа востока. М.: Русская идея, 2000. — 443 с.

Экзистенциальная свобода Николаса Урфе — главного героя романа Джона Фаулза «Волхв»

Герайзаде Малахат Агабаба кызы, кандидат филологических наук, доцент;

Кадиева Севда Абдулсamed кызы, кандидат филологических наук, старший

Дашдамирова Нигяр Магамед кызы, кандидат филологических наук, преподаватель

Азербайджанский медицинский университет (г. Баку, Азербайджан)

Ключевые слова: реальный мир, иллюзорный мир, свобода выбора, воздействие экзистенциализма, антивоенный пафос, экзистенциальные мотивы, магический реализм.

Следует признать, что не так часты в мировой литературе случаи, когда писатели-прозаики могут порадовать читателей первыми же своими произведениями и пополнить ряды более опытных собратьев по перу, заняв среди них особое место. К таким писателям с полным основанием, на наш взгляд, можно отнести Джона Фаулза, который заставил говорить о себе уже первым своим романом «Коллекционер» и закрепил свою высокую репутацию романом под интригующим названием «Волхв».

«Волхв» — это один из самых значительных и, пожалуй, самый популярный роман выдающегося английского писателя. Вышедший в Англии в начале 1966 г., он принес автору мировую славу. Это связано, в первую очередь с тем, что реалистическая традиция сочетается в книге с острыми элементами детектива, мягкой (в стиле Ги де Мопассана) эротики и интригующей магии и мистики. Блестящий стилист, мастер парадоксальной интриги, Джон Фаулз обрекает читателя на бесконечное разгадывание смысла своего таинственного повествования.

Поэтика романа построена на основе своеобразной структуры, которая состоит из трёх художественных уровней: реального, мифологического и историко-культурного. Это позволяет писателю максимально полно воплотить внутренний мир главного героя. Николаса Урфе, во многом повторяющий перипетии жизненного пути самого автора. Для него, страстно увлечённого модными в то время идеями экзистенциализма, вымышленный, нереальный мир был более ценен, чем мир действительности, в котором он «осуждён» пребывать.

Философской основой романа и в определённой степени всего творчества писателя в целом предстают экзистенциализм и аналитическая психология К. Г. Юнга. Вот почему для произведений Фаулза так значимы проблемы свободы выбора, поиски «аутентичности» существования. По сути, эти проблемы определяют тематику большинства произведений Дж. Фаулза: его герои и героини — неконформисты, выступающие против ценностей конформист-

ского общества. Писатель считал, что экзистенциализм является своеобразной теорией относительности среди господствующих в европейской философии теорий абсолютной истины, аналогом неконформизма и школой скепсиса. Герой романа Николас Урфе свободен в своем выборе в любой ситуации, поэтому несёт ответственность за свои поступки. Свобода, по мнению писателя, тяжёлое бремя и, описывая перипетии жизненного пути главного героя романа, писатель убеждает читателя, что можно стать личностью, Человеком с большой буквы, по авторскому выражению, если с честью выдержишь тяжёлые испытания.

Парадоксальным образом экзистенциальное стремление Николаса Урфе к совершенству превращается в стремление к смерти: чем больше он проникает в суть действительности, тем глубже осознаёт неотвратимость смерти. В романе экзистенциализм проявляет себя ещё и в том, что, как правило, писатель описывает своего героя в «пограничных» ситуациях, т. е. в состоянии болезни, страха, глубокой депрессии.

Дж. Фаулз неоднократно отмечал решающее воздействие экзистенциализма на его творчество на начальном этапе: «Война была чем-то вроде полосы темноты, тени и где-то там было это пространство света. Сартр, особенно Камю, сошли на нас, подобно яркому свету. Сейчас (интервью состоялось в начале 1994 года. — Г. М.) я не назвал бы себя экзистенциалистом, но я глубоко благодарен тому, что заставило меня в то время чувствовать» [1, с. 166]. Безусловно, экзистенциализм оказал определённое влияние на мировоззрение Дж. Фаулза. Но, как все настоящие художники, писатель не склонен механически копировать ту или иную философскую концепцию. Это проявляет себя в том, что в романе «Волхв» в отличие от Сартра или Камю, писатель отказывается от прямолинейного воплощения постулатов экзистенциализма: если у французских экзистенциалистов выбор в ситуации обуславливается не морально-этическими причинами,

а доказательством суверенности личности, то у Дж. Фаулза он осуществляется во имя утверждения высших человеческих ценностей.

В романе понятие экзистенциальной свободы тесно связано с историей, а становление главного героя происходит в контексте Второй мировой войны. А это время, по мнению автора, когда в мире правит грубая сила, господствуют ложные приоритеты и так называемый «пещерный пупотизм».

Проблема эмансипации женщины и взаимоотношений полов в романе также решается в контексте экзистенциализма. Вслед за французскими писателями-экзистенциалистами Дж. Фаулз считает, что в обществе взаимоотношение полов регулируется теми специфическими функциями, которые генетически заложены в людях. А это означает, что социальные отношения станут гармоничными лишь в том случае, если женщина сможет в полной мере реализовать себя как личность: «Мужчина воспринимает объект, женщина — взаимоотношения объектов. Нуждаются ли объекты друг в друге, любят ли, утоляют ли друг друга? Это добавочное измерение души, которого мужчины лишены, делает войну отвратительной и непостижимой в глазах истинных женщин» [2, с. 465–466].

Таким образом, по мнению писателя, именно война всё больше отдаляет мужчину от женщины и является первой причиной дисгармонии в общественных отношениях.

Устами одного из основных действующих лиц писатель не только осуждает войну, но хочет показать корень зла, разоблачить те силы, которые воскрешают и поддерживают чудовище, именуемое войной. Поэтому антивоенный пафос в романе выливается в осуждение организаторов этой европейской бойни. Стержневая мысль писателя — войне нет оправдания. Конхис, герой романа «Волхв», рассказывает, как тысячи англичан, французов, шотландцев и самих немцев с раннего утра стояли в зловонных ямах. Всеобщее безумие, говорит он, охватило людей. Конхис приходит к выводу о том, что тяжкие грехи «человеческого сообщества» являются причиной вселенской катастрофы. Данный вывод созвучен экзистенциалистскому мироощущению. Так, разговор Конхиса о тяготах, выпавших на долю людей в период войны, приобретает экзистенциалистский оттенок; по его мнению, битва не на жизнь, а на смерть является проявлением животного страха.

Тема одиночества, имеющая экзистенциальный характер, является одной из ведущих в романе. Не найдя точек соприкосновения с людьми, главный герой постоянно стремится выйти за пределы своего «Я», найти истину вне себя, разомкнуть сковывающие его рамки одиночества. Но индифферентность окружающих не позволяет ему осуществить свое намерение. И тогда, возвращаясь в себя, не найдя ничего достойного общения в мире людей, он не может понять, кто он есть на самом деле. И поэтому путь Николаса Урфе к себе всегда конфликтен, сопряжён с осмыслением одиночества как экзистенциальной ситуации бытия человека в мире. В отличие от Ж.-П. Сар-

тра, рассматривающего природу в качестве отчуждающего фактора, вечного антагониста человека, Дж. Фаулз считает её единственным средством преодоления одиночества. В романе природа представлена не только как вдохновение, но и как муза будущего писателя.

Для воплощения экзистенциальных мотивов Дж. Фаулз прибегает к поэтике так называемого «магического реализма». В определённом смысле «Волхв» является «загадкой в загадке», «ребусом в ребусе». Исходя из данного свойства поэтики романа, некоторые критики считают его экспериментом в духе Дж. Джойса, поэтому Дж. Фаулз представляется им скорее холодным аналитиком, нежели художником слова. Руководствуясь этой предпосылкой, они рассматривают «Волхв» как коллаж, эклектическое соединение различных стилевых начал. В действительности для всестороннего и объёмного представления того или иного явления писатель рассматривает его с различных, подчас противоположных точек зрения и тем самым пытается добраться до его сути. Подобный способ воплощения явлений действительности позволяет Дж. Фаулзу выявить причины фатальной дисгармонии во взаимоотношениях людей.

Тайна, магия, мистика, а в определённых ситуациях даже колдовство являются основой романа. Именно это позволяет нам рассматривать произведение как образец «магического реализма». Но отметим, что все сверхъестественные моменты органически сочетаются с фактами и событиями действительности. Авторские комментарии играют важную роль в сочетании на первый взгляд несочетаемых элементов.

Концепция «магического реализма» Дж. Фаулза во многом опирается на творческие принципы, выработанные в XIX веке великим русским писателем Ф. Достоевским. Вслед за Достоевским Дж. Фаулз пытается показать, что цельность человеческой природы не доступна разумному пониманию, ибо, по его мнению, человек является иррациональным существом. Психика Конхиса, героя романа «Волхв», неустойчива, как у Раскольникова, героя Достоевского: в своих действиях, суждениях оба постоянно балансируют на грата сознательного и бессознательного, оба постоянно находятся в экзистенциальной «пограничной ситуации».

Органическое единство романа Фаулза проявляет себя в первую очередь в том, что в нем перипетии мастерски закрученного и драматически напряженного сюжета пластически повторяют изгибы психологии героев.

В «Волхве» магия органически сочетается с мифологией. Не случайно «Фраксос», название острова, где живёт и трудится главный герой Дж. Фаулза, в переводе с греческого означает «отгороженный остров», созвучно названию местности, где герой античного мифа Тесей потерял спасшую его Ариадну. Проводя параллели между Тесеем и Николасом Урфе, с одной стороны, между их возлюбленными Ариадной и Алисон — с другой, Дж. Фаулз придаёт своему роману, судьбе своего героя вневременное, мифо-

логическое измерение. Он использует миф в качестве основы, помогающей выявить инвариантные черты личности, обладающей глубинно-мифологической генетической памятью. Миф в произведениях Дж. Фаулза интертекстуален, т. е. базируется на предшествующих, преимущественно мифологических текстах. Однако очень часто античные темы интерпретируются иначе, чем они изложены в мифах. Интертекстуальность позволяет автору скрыть свою позицию, оценку тех или иных событий и предоставляет читателю возможность самостоятельно сделать окончательные выводы. Сталкиваясь в «Волхве» разные культурные эпохи, различные способы мировидения, писатель обнажает сложность человеческого характера и судьбы. Свет и тьма, сочетание высокого и низкого в душе человека — вот те опорные инстанции, которые помогают писателю открывать многомерность жизни.

Литература:

1. Бушманова И. Дерево и чайки в открытом окне: Беседа с Дж. Фаулзом // Вопросы литературы, 1994, № 1.
2. Фаулз Дж. Волхв. М.: АСТ, 2005.
3. Thorpe M. J. Fowles. Winston, England: Profile books, 1982.

Каждая история в романе имеет неясный, спрятанный в догадках мотив. Как правило, мотив раскрывается при органичном соотношении настоящего и прошлого: реальная история сопоставляется с аналогичной историей из мифологического прошлого, и в этом контексте обнаруживаются скрытые процессы настоящего. По мнению критиков, фаулзовский мотив «...объединяет нас с прошлым, выводит за рамки одномерного настоящего, придаёт нашей речи праязык жизненности, вечности, что начисто лишено манерностей эпохи, зато он мудр, лукав, полон жизни, энергии и любви» [3, с. 61]. Сам Дж. Фаулз считает, что подобное обращение к мифологии равносильно открытию живой ноты, обнажающей праязык, который говорит с человеком XX века как бы поверх столетий. Это помогает главному герою ощущать неисчерпаемость мироздания, духовную и телесную радость.

Единство просодии и пунктуации

Нашхоева Марьям Разамбековна, кандидат филологических наук, доцент

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

В данной статье рассматриваются такие понятия как просодия и пунктуация, единство устной и письменной речи, приводятся различные трактовки данных терминов. Анализируются структурные и функциональные особенности просодии и пунктуации. Изучаются основные коммуникативные функции просодии.

Ключевые слова: пунктуация, просодия, устная и письменная речь, коммуникативные функции, паузация.

Unity prosody and punctuation

Nashkhoeva Maryam Razambekovna, candidate of philological sciences, associate professor

Lomonosov Moscow State University

This paper deals with the concepts of prosody and punctuation, unity of oral and written language, various interpretations of these terms are given. The structural and functional features of prosody and punctuation are analyzed. The main communicative functions of prosody are studied.

Keywords: punctuation, prosody, oral and written language, communicative functions, pausation.

Говоря о единстве устной и письменной речи, следует упомянуть о единстве просодии и пунктуации. Естественно, просодия — это прерогатива устной речи, но просодия в очень многих смыслах является именно синтаксической, она передает как построение речи, так и содержание речи, потому что мы рассматриваем построение в неразрывном единстве с его содержанием.

В *Лингвистическом энциклопедическом словаре* дается следующее определение просодии: «просодия — это система фонетических средств (высотных, силовых, временных), реализующихся в речи на всех уровнях речевых сегментов (слог, слово, словосочетание, синтагма, фраза, сверхфразовое единство, текст) и играющих смыслообразительную роль; общее название для фонетических супrasegmentных характеристик речи как на уровне восприятия

(высота тона, громкость, длительность), так и на физическом уровне (частота тона, интенсивность, время); супrasegmentные средства организации речи: расчленения и объединения речевых сегментов (понижение и повышение тона, распределение ударения, темпоральные изменения, паузация); система фонетических средств, характеризующих слог [3, с. 401–402].

Пунктуация отражает просодию в письменной речи. Пунктуация – это часть нашей письменной речи. Как известно, пунктуация зародилась очень давно, больше, чем 2,500 тысячи лет назад, когда впервые появились письменные языки. Но за время своего существования она претерпела довольно значительные изменения, так как даже в середине прошлого века очень мало людей на земле могло пользоваться письменным языком. Это была привилегия людей состоятельных, богатых, принадлежащих к верхам общества, что и отражало пунктуацию того времени. Расстановка знаков препинания была направлена на то, чтобы правильно прочесть текст, донести до народа указы, законы, распоряжения руководства той или иной страны [1, с. 160–174].

В английской письменной традиции достаточно серьезные наблюдения велись только в течение прошлого века, так как до этого периода лингвистика развивалась очень медленно, и, в основном, основывалась только на письменной форме речи. В английском языке умелое пользование знаками препинания очень важно для того, чтобы создать определенный текст. Когда мы говорим о письменной речи, в отличие от устной, мы говорим о таких центральных синтаксических единицах как предложение, абзац и целый текст. На настоящем этапе доказано, что мы не можем ограничиваться рамками предложения, поскольку каждое предложение должно обладать своей предикацией, а предикация — это связь содержания предложения с контекстом и с экстралингвистической реальностью. Следовательно, в настоящее время синтаксические исследования выходят за рамки предложения, так как невозможно проследить информационную ценность той или иной части предложения, взятого как нечто отдельное вне текста, возможно его понять только на основании всего контекста.

Говоря об устной и письменной формах речи, о просодии и пунктуации как средствах их построения следует сказать, что овладение просодией и пунктуацией происходит совершенно по-разному, так как просодии человек обучается по мере того, как он растет, учится говорить, и воспроизводит какую-то речь, т. е. с самого раннего детства. Что касается пунктуации, то это навык приобретенный, т. е. этому нужно учиться, нужно учиться писать и учиться

правильно пунктуировать свой текст. Что касается просодии, то, конечно, самыми важными показателями являются громкость, уровень речи, скорость речи, ее ритм и паузация. Дэвид Кристал в своей книге *Rediscover Grammar* пишет, что именно паузация является важнейшим первостепенным фактором членения нашей речи на значимые отрывки [4, с. 160].

Как отмечает Дэвид Кристал, у пунктуации 2 основные функции в речи: при помощи пунктуации мы разделяем грамматические единицы; знаки препинания выражают определенные грамматические отношения [4, с. 161]. Например, использование апострофа обозначает, что мы пользуемся *Possessive Case*.

Просодия имеет четыре основных коммуникативных функций, она может передавать: *отношение или эмоции; личную или профессиональную идентичность; структуру устной коммуникации; грамматические контрасты*.

На уровне предложения просодия может выражать следующие *грамматические явления*. Так, она помогает нам сформировать именно смысл предложения при условии того, что конструкция самого предложения может быть как законченной, так и незаконченной; разделяет утвердительные предложения с декларативными и вопросами; передает контраст между вопросительной функцией и директивными предложениями, вопросительными функциями того, что мы называем tag question; помогает передать восклицание; также помогает просигнализировать какие-то реакции, вопросы.

На уровне сочетания синтаксических сегментов она объединяет придаточные предложения или главные предложения при отсутствии сочинительного союза; используется при использовании комментирующих придаточных предложений (*comment clauses*); усиливает семантическую проминантность, когда предложение находится в финальной позиции; отмечает то, что мы хотим выделить, на чем мы хотим сфокусировать внимание в составе предложения, что особенно часто происходит в том, что называется *Cleft Sentences* (например, *It was him who wrote this book — усилительные конструкции*).

На уровне фразы она различает ограничивающие и неограничивающие элементы; отмечает прилагательные в постпозиции; может придать контрастное значение вспомогательному глаголу; может выделить любое слово при его произнесении.

Таким образом, просодия есть выражение синтаксического и стилистического построения речи в ее устной форме, в то время как в речи письменной аналогичной функцией в английском языке обладает пунктуация.

Литература:

1. Александрова О. В. Соотношение устной и письменной речи и язык СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Часть 2. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. — С. 160–174.
2. Баранова Л. Л. Единство и взаимодействие устной и письменной форм научного изложения: Дис... канд. филол. наук. — М.: МГУ, 1983. — 110 с.

3. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцевой. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — 683 с.
4. Crystal, D. Rediscover Grammar. — Longman, 2004. — 253 p.

Межкультурная коммуникация в современной культурно-образовательной парадигме

Турамуратова Ирода Илхомбаевна, преподаватель;

Гофурова Виктория Вячеславовна, студент магистратуры

Узбекский государственный университет мировых языков (г. Ташкент, Узбекистан)

Целью исследования этой статьи будет рассмотрение межкультурной коммуникации, а также рассмотрение сопутствующих проблем и положительных аспектов. Также будет раскрыт вопрос, является ли общение между представителями разных культур целью обеспечения конструктивного сотрудничества, и с какой целью исследователи в этой области рассматривают концепцию межкультурной коммуникации с разных точек зрения.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, язык, культура.

Межкультурная коммуникация основана на осознании того, что культурные различия влияют на процесс коммуникации и полученные результаты. Такая компетентность позволяет нам понимать различия между культурами в позитивном подходе. Он состоит из набора взаимодействий между людьми из разных культур, которые используют язык, невербальные ресурсы и пространственные отношения для посредничества, обмена и переговоров о своих культурных различиях. Концепция межкультурной коммуникации, которая показывает очень широкий способ использования, первоначально определяется как область межличностного личного общения между представителями разных культур. Кроме того, это, с одной стороны, научный предмет или поддисциплина, проблемная область живого и повседневного мира, а также модный термин. Одним из истоков этого термина была иммиграция, а также развитие многокультурного общества и его проблемных областей.

Основными вопросами исследований межкультурной коммуникации являются: 1. Что такое культура? 2. Что определяет общение? Из-за сложности этих вопросов тема очень междисциплинарная. В зависимости от ориентации исследование включает в себя образовательную, психологическую, лингвистическую или этнологическую части. Кроме того, в исследования могут быть включены такие дисциплины, как средства массовой информации, культурные или социальные науки. «Культура — это система воззрений, ценностей, норм (в первую очередь поведенческих), верований, обычаев, традиций и знаний, присущих некоему обществу, причем это общество не обязательно является этносом, это может быть более крупная группа людей, и тогда речь идет о межэтнических ценностях и нормах; в какой-то мере к ним относятся, например, различные религиозные культуры, носителями которых являются представители нескольких этносов» [2, с. 7].

Построение и развитие любой дисциплины является продуктом социальной истории в определенный период времени, отражающим особый дух времени. Как гуманитарная и социальная дисциплина, межкультурная коммуникация родилась в Соединенных Штатах в конце 1950-х годов. Она изучает теорию и практические проблемы социального взаимодействия между этническими членами различного языкового и культурного происхождения. Основные исторические события, такие как, Просвещение и Ренессанс значительно изменили исторический процесс развития человечества. Одним из важных результатов является современность, происходящая на Западе, и связанное с этим модернизационная деятельность быстро распространилась по всему миру, формируя глобальную экономику и общество. Интеграция встреч и даже культуры значительно изменила исторический процесс развития человеческого потенциала. В условиях модернизации и современности человечество беспрецедентно сформировало обмены на разных уровнях экономики, политики и культуры во всём мире, и все этнические группы в мире сформировали обширные и тесные современные связи. В этом всемирном историческом процессе страны постоянно стремятся к современности и модернизации, и общая социальная культура быстро превращается из традиционной культуры в современную рациональную и договорную культурную модель. На фоне такой эпохи изучение межкультурной коммуникации сегодня должно взять перспективу современности в качестве ориентира, интегрировать категории социальной истории и культуры в исследовательский вид, избавиться от ограничений традиционного логического позитивизма, преодолеть ограничения теории межкультурной коммуникации, построенной западными учеными, и предложить общую межкультурную коммуникацию.

Оглядываясь назад на контекст более чем 60-летних межкультурных коммуникационных исследований, мы ясно видим, что, хотя эта дисциплина достигла замечательных достижений в мире с начала 21-го века некоторые ученые в области преподавания иностранных языков указали на проблемы, которые существовали в испанских и русских межкультурных коммуникационных исследованиях: некоторые исследователи часто рассматривают определенную культуру как единое целое, игнорируя разнообразие и сложность культуры и маркируя ее. Практики «стереотипа», «предубеждения» и «чрезмерного обобщения» появляются время от времени и даже искусственно определяют культурные различия для потребностей письма. Одним из парадоксов межкультурной коммуникации является то, что и ученые, и преподаватели языка, занимающиеся исследованиями межкультурной коммуникации, сходятся с противоречием, согласно которому для того, чтобы помочь людям разных культур понять друг друга, культурные различия должны быть обобщены, и должны быть установлены некоторые стереотипы. «Цивилизованный мир нуждается в языке международной коммуникации. В настоящее время наблюдается большая тяга молодежи к изучению иностранных языков. Понятие мотивации в данном случае выходит на первый план». [3, с. 104].

Говоря о межкультурной коммуникации необходимо упомянуть феномен языковой личности.

Хорошо известно, что цель исследований межкультурной коммуникации должна заключаться в том, чтобы информировать отдельных лиц и группы людей из разных этнических групп о реальности культурных различий и информировать межличностные и межэтнические культурные различия в целях содействия общению и взаимопониманию между отдельными лицами, группами и обществами разных культур. Однако из-за ограничений дисциплин и общего видения исследования некоторых ученых в области межкультурной коммуникации противоречат ожиданиям. При сравнении испанской и русской культуры они часто проводят упрощенные и стилизованные сравнения, постоянно создавая новые «культурные стереотипы» и «парадоксы межкультурной коммуникации». Важной причиной этих общих проблем является то, что исследования межкультурной коммуникации всегда находились под влиянием теоретической системы межкультурной коммуникации в Европе и Соединенных Штатах. Согласно такому принципу, задача межкультурных исследований коммуникации заключается в сборе, классификации и синтезе различных языков и коммуникационного поведения между странами, нациями и культурами, а затем использование логики для обобщения и вывода общих принципов универсального значения. За такими исследованиями стоят две гипотезы: во-первых, культура эквивалентна стране или нации имеет четкие географические границы; во-вторых, культура состоит из ряда довольно стабильных характеристик, которые оказывают решающее влияние на индивидуальное коммуникационное поведение. В течение

длительного времени некоторые западные ученые широко применяли основную концепцию, классифицируя западную культуру как индивидуализм, а русскую культуру как коллективизм. Таким образом, все исследование межкультурной коммуникации проводится в рамках дуалистического мышления, что приводит к естественному противоположному суждению, подчеркивая различия в ценностях между различными культурами.

Проблемы межкультурной коммуникации часто возникают из-за того, что большинство людей считают свою собственную культуру «правильным путем». Выявление предрассудков, позиций и поведения вашей собственной культуры может быть сложной задачей. В результате трудно обидеть представителя из другой культуры, даже не осознавая этого. Интересно также рассмотреть такой феномен в литературе как эстетическая интерференция. Например, «у читателя, незнакомого в достаточной степени с культурой, историей и обычаями Испании, при чтении стихов Федерико Гарсиа Лорки закономерно возникнет ощущение «недопонятости» текста. Это связано с тем, что зрительные образы, которые он мысленно представляет себе при прочтении, он пытается «разрешить» теми представлениями, которые сложились у него под влиянием родной культуры и языка, но если какие-то реалии не впишутся в рамки его культуры, то образное представление не сложится». [5, с. 109].

Важным содержанием межкультурных коммуникационных исследований является выявление культурных различий между различными странами, этническими группами и отдельными лицами, включая языковые различия и различия в поведении и в общении. Различия вызовут недопонимание, и даже противоречия, а также будут препятствовать взаимодействию и обмену между культурами. Целью установления дисциплины межкультурной коммуникации является наведение мостов, передача различий и углубление понимания различных культур. Однако в сегодняшней общей политической, экономической, социальной и культурной глобализации ранее определенная концепция культурных различий и выявленные культурные различия становятся все более расплывчатыми и рассеивающимися. «Основное содержание трудностей, возникающих при адаптации индивида в социуме «чужой» страны, заключается в процессе принятия иной культуры, ее традиций и ценностей, а также в способности отличить ее от собственной, выявить намерения ее представителей и при этом суметь сохранить этническое своеобразие и индивидуальность». [4, с. 428]. Напротив, с созданием глобального научно-технического и информационного общества, плавным потоком каналов связи между культурами и диверсификацией форм коммуникации общие характеристики различных культур растут с каждым днем. Эти общие макроскопические изменения происходят на фоне современной глобализации. Поэтому, чтобы сохранить и укрепить свое собственное дисциплинарное положение и повысить глубину и объяснительную силу теории, межкультурные ком-

муникационные исследования должны преодолеть теоретические ограничения и исследовать общую сущность и общие законы, лежащие в основе культурных различий.

Различие между так называемым индивидуализмом и ценностными аспектами коллективизма в исследованиях межкультурной коммуникации не является абсолютным, неизбежным и фиксированным, а относительным, гибким и изменчивым. В определенных условиях или ситуациях люди фокусируются на индивидуалистических ценностях, в то время как в других условиях или сценариях люди обращают внимание на коллективистские ценности.

Всеобъемлющие и объективные межкультурные коммуникационные исследования должны конкретно анализировать, в каких ситуациях люди предпочитают индивидуалистические ценности и те ситуации, когда люди предпочитают коллективистские ценности. «Один из возможных вариантов глобализации, который предсказывают исследователи, противостоит первому и выражается в полной фрагментации ранее целостных культур и в активизации межкультурных конфликтов. Если рассматривать фрагментацию как доминирующую тенденцию в развитии глобализации, то на первый план выдвигаются «негативные» варианты взаимодействия культур — сепарация и маргинализация. Естественно, что в таких условиях взаимная адаптация, интеграция пробивают себе дорогу с трудом». [1, с. 194]

В течение длительного времени исследования межкультурной коммуникации определяли культуру, основанную на этнических и государственных единицах, и использовали логические позитивистские методы исследования

для определения различных культур как индивидуалистическая культура, коллективистская культура, культура высокого контекста и культура более низкого уровня. Здесь страна представляет культуру и становится аналитической единицей для межкультурных коммуникационных исследований. Однако мы должны видеть, что современность ускорила производство, обмен и формирование мировых рынков. Но эти различия иногда вызваны не культурными различиями, такими как язык, религия, обычаи и привычки, а в социологическом смысле, то есть различия в богатстве и доходах (экономический статус), правах (политическом статусе) и репутации (социальном статусе). Это динамичное развитие и изменения являются новым направлением исследований, которое необходимо учитывать в межкультурных коммуникационных исследованиях.

В настоящее время все страны и этнические группы мира вступили в процесс модернизации, движимой современностью. Хотя современность находится на разных стадиях развития в разных странах и имеет разные характеристики и проявления, люди согласны с самыми основными универсальными ценностями, отстаиваемыми современностью: наукой, рациональностью, свободой, равенством, демократией, правами человека, верховенством закона и т. д. Именно на основе такой идентичности с универсальными ценностями в современном обществе люди из разных стран и наций имеют эффективную основу для взаимодействия друг с другом. Хотя у людей будет одно различие в конкретном межкультурном поведении и языках, эти различия являются только поверхностными, местными, а не глубокими и глобальными.

Литература:

1. Голосеева А. А. К вопросу о типах взаимодействия культур в эпоху глобализации. Вестник РГГУ. Серия «Филология. Социология. Искусствоведение», no. 2, 2008, pp. 186–201.
2. Гузикова М. О. Основы теории межкультурной коммуникации: учебное пособие для вузов / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 121 с.
3. Одишелашвили И. Р., Кириллова Т. С. Межкультурная коммуникация и билингвизм // Вестник Калмыцкого университета. 2017. № 4 (36). С. 100–106.
4. Соколова М. М., Соколова А. М., Калита В. В. Иностранцы студенты в межкультурном пространстве вуза. Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология, vol. 10, no. 4, 2017, pp. 425–440.
5. Турамурагова И. И. Эстетическая интерференция как результат воздействия национального сознания на воспринимаемый текст // Вестник Челябинского государственного университета. — 2011. — №. 28. — С. 109–111.

Фразеологические единицы с компонентом «камень» как репрезентанты природно-ландшафтного кода культуры

Цакоева Арюжан Абдулкеримовна, студент магистратуры
Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х. М. Бербекова (г. Нальчик)

В данной статье рассматриваются фразеологические единицы с компонентом «камень» как репрезентанты природно-ландшафтного кода культуры.

Объектом статьи являются фразеологические единицы с символическим компонентом природно-ландшафтного кода культуры.

Ключевые слова: код культуры, природа, камень, природно-ландшафтный код, фразеологизм.

Phraseological units with the component "stone" as representatives of the natural landscape code of culture

Tsakoyeva Aryuzhan Abdulkherimovna, student master's degree
Kabardino-Balkarian State University named after Kh. M. Berbekov (Nalchik)

This article discusses phraseological units with the component «stone» as representatives of the natural landscape code of culture. The object of the article is phraseological units with a symbolic component of the natural landscape code of culture.

Keywords: culture code, nature, stone, natural landscape code, phraseologism.

Статья посвящена изучению концепта «камень» как фрагмента природно-ландшафтного кода русской культуры. Научные труды, посвященные методам и способам кодирования культуры в языке, мотивируют обращение к фразеологическим единицам как к ярким экспликациям этноментальных смыслов, без которых невозможно адекватное исследование национальной языковой картины мира. В данном аспекте особую научно-теоретическую значимость имеет концепция ученых, внесших серьезный вклад в описание фразеологизмов как знаков «языка» культуры (Н. И. Толстой, В. Н. Телия, Д. Б. Гудков, В. В. Красных, М. Л. Ковшова и др.). Значимость указанных работ не умаляет **актуальности** дальнейшего изучения этнокультурных смыслов во фразеологии ввиду необходимости их многоаспектного исследования. В связи с этим в настоящей работе предпринимается попытка лингвокультурного осмысления фразеологических единиц (ФЕ), репрезентирующих исследуемый концепт. Интерес к их символическим компонентам обусловлен тем, что они повышают культурную значимость фразеологизмов. Кроме того, символы-компоненты «камень» позволят интерпретировать фразеологизмы как знаки «языка» культуры. Все сказанное обуславливает **актуальность** темы представленной работы.

Цель работы заключается в лингвокультурном анализе ФЕ русского языка, репрезентирующих концепт «камень» как результат когнитивной деятельности человека.

Указанная цель предопределяет решение следующих исследовательских **задач**:

- выделить ФЕ с компонентом «камень»;
- рассмотреть и описать лингвокультурные особенности ФЕ с компонентом «камень».

В работе используются следующие **методы исследования**: описание, концептуальный анализ, семантический анализ, метод интерпретации фразеологизмов в контексте культуры, или метод лингвокультурологического декодирования и интерпретации культурной информации.

ФЕ *бросать камень в [чужой] огород* имеет значение «ругать». Имеется в виду, что лицо или группа лиц обвиняет другое лицо или другую группу лиц в каких-либо прегрешениях, подчёркивает их недостатки и т. п.

Образ фразеологизма содержит метафору, основывающуюся на существовавшем в средневековой Европе обычае бросать камни в огород врага, чтобы сделать его землю бесплодной. В этих действиях, обладающих обрядно-символическим значением, находит отражение символика камня.

В основе образа фразеологизма лежит природно-ландшафтный код культуры, в котором имена окружающих человека природных объектов наделяются значимыми для культуры смыслами. Камень, наделяясь в этом коде сложной и многозначной символикой, выступает во фразеологизме как знак бесплодия, неродящей земли.

Огород в образе фразеологизма, напротив, связывается с представлением о плодородии.

Компоненты фразеологизма *бросать* соотносятся с деятельностным кодом культуры, в котором они могут связываться с агрессивными по отношению к кому-либо действиями. Например, *бросать (кидать) грязью, бросать (кидать) камень, бросать перчатку*.

Фразеологизм в целом выступает в роли стереотипа выражения неприязни к кому-либо, стремления опорочить кого-либо. Об универсальности данного образа свидетельствуют сходные образные выражения в других европейских языках.

ФЕ *держать <носить> камень за пазухой* имеет значение «испытывать тайное недоброжелательство по отношению к кому-либо; таить злобу против кого-либо». Имеется в виду, что лицо, внешне никак не проявляя своих чувств и намерений, ведёт себя с кем-либо неискренне, готово воспользоваться случаем, чтобы причинить кому-либо вред; часто это вызвано затаённой обидой, желанием отомстить.

В основе образа фразеологизма лежат природный, вещный и деятельностный коды культуры, в которых окружающие человека предметы и процессы наделяются значимыми для культуры функциональными смыслами. Камень, наделяясь сложной и многозначной символикой (ср. *камень преткновения, краугольный камень, камень на сердце* и др.), в образе фразеологизма выступает как оружие (ср. библейский миф о Давиде, убивающем Голиафа камнем, обычай побивать камнями виновных как способ казни); камень может выступать и как знак жестокости и бессердечия (ср. *каменное сердце*). Пазухой называют «простор меж груди и одёжи, над поясом» [Даль 1955: 9.] Оказаться за пазухой означает, с одной стороны, «быть причастным к внутреннему пространству человека», а с другой — «быть скрытым от посторонних глаз, храниться в тайне». Компонент *держать* соотносится с деятельностным кодом культуры, указывая во фразеологизме на хранение чего-либо с целью использования.

Образ фразеологизма содержит метафору, уподобляющую затаённую против кого-либо злобу тайному ношению оружия с целью неожиданного нападения.

Фразеологизм в целом выступает как стереотипное представление о скрытом недовольстве кем-либо, о желании причинить кому-либо неприятности.

ФЕ *камень на душе <на сердце> лежит* имеет значение «тяжёлое, гнетущее чувство; тоска». Имеется в виду, что лицо испытывает угнетённое состояние, связанное с тревогой за близкого человека или с чувством вины перед кем-либо

ФЕ *камень на душе лежит* имеет также значение «угнетает, не даёт покоя». Имеется в виду, что какие-либо воспоминания, мысли, заботы и т. п. вызывают у лица тягостное состояние, беспокойство, чувство вины.

ФЕ *с камнем на душе* имеет значение «в очень тяжёлом, угнетённом состоянии». Имеется в виду, что лицо испытывает тоску, душевные мучения.

Компоненты фразеологизмов *душа* и *сердце* восходят к одной из древнейших форм осознания мира, для которой характерно анимистическое, т. е. одушевляющее, восприятие такой нематериальной сущности, как душа, а также сердца.

Компоненты фразеологизма *душа* и *сердце* соотносятся с религиозно-антропоморфным кодом культуры, который содержит всю совокупность представлений о душе и сердце как о средоточии внутреннего мира человека, его истинных чувств и желаний — всего того, что жизненно важно для данной личности.

Компонент фразеологизма *камень* соотносится с природным кодом культуры и восходит к архетипической, т. е. наиболее древней, оппозиции «лёгкий — тяжёлый».

Фразеологизм в целом образован метафорой, уподобляющей тяжёлые переживания, тревогу, плохие предчувствия тяжести, камню. В основе метафорического осмысления этого компонента лежит представление о тяжёлом, гнетущем душу или сердце эмоциональном грузе.

Для христианского мировосприятия характерно уподобление греха камню.

Образ фразеологизма в целом выступает в роли стереотипного представления о тяжёлом эмоциональном состоянии, связанном с угнетающими человека переживаниями.

ФЕ *будто камень с души <с сердца>* имеет значение «наступило душевное облегчение после внезапного избавления от тяжёлого, гнетущего чувства». Подразумевается, что кто-либо узнал о благополучном разрешении какой-либо ситуации, получил хорошие известия о беспокоившем его деле. Имеется в виду, что у лица исчезло состояние угнетённости, тревоги, страха за кого-либо.

Основной комментарий совпадает с комментарием к фразеологизму *камень на душе <на сердце>*.

Фразеологизм в целом выступает в роли стереотипного представления о состоянии человека, испытывающего радость и облегчение в связи с тем, что его плохие предчувствия не оправдались.

ФЕ *камень преткновения* имеет значение «непреодолимое препятствие, нерешённая проблема, серьёзное затруднение в деле, в работе». Имеется в виду серьёзная, трудно разрешимая проблема, вставшая на пути к осуществлению тех или иных жизненных или профессиональных задач лица, группы лиц.

Образ фразеологизма восходит к тексту Библии: «... вот, полагаю в Сионе камень преткновения и камень соблазна; но всякий, верующий в Него, не постыдится» (Рим. 9: 33). В христианской культуре, в Евангельских текстах падение, преткание — удел неверующих в Искупителя: «Итак Он для вас, верующих, драгоценность, а для неверующих камень, который отвергли строители, но который сделался главою угла» (Пс. 117: 22), «камень преткания и камень соблазна, о который они претываются, не покоряясь слову»... (1 Пет. 2: 7, 8) [Цит. по: Телия 1996].

В образе фразеологизма слово *камень* соотносится с природно-ландшафтным кодом культуры и выступает в роли символа непреодолимого препятствия, мешающего осуществлению намерений.

Фразеологизм в целом выступает в роли стереотипа сложной, трудноразрешимой проблемы.

Фразеологизм *камня на камне не оставлять/не оставить* имеет несколько значений.

Камня на камне не оставлять/не оставить имеет значение «полностью уничтожать, разрушать». Подразумевается, что намеренные или стихийные политические, природные, творческие, научные процессы (изменения), социальные и межличностные отношения ставят под угрозу уничто-

жения существующие материальные и духовные (нравственные) ценности, достижения общества в самых разнообразных областях, а также саму человеческую жизнь. Имеется в виду, что лицо, группа лиц или социальный коллектив, результаты человеческой жизнедеятельности в разнообразных сферах, а также природные явления наносят огромный вред, зачастую приводящий к абсолютному исчезновению, к полному прекращению существования другой группы лиц или другого социального коллектива, к ликвидации системы идей, взглядов, нравственных установок, материальных и культурных объектов, предметов, являющихся следствием личного или коллективного как интеллектуального, так и физического труда.

Фразеологизм восходит к евангельскому тексту, в котором Иисус предсказывает гибель Иерусалима, превращение его в руины, в развалины: «Истинно говорю вам: не останется здесь камня на камне, всё будет разрушено» (Мф. 24: 2).

Образ фразеологизма, основу которого формируют древнейшие архетипические оппозиции «бытие — небытие», «жизнь — смерть», «верх — низ», восходит к архаичной мифологической форме осознания мира, показывающей, какую таинственную олицетворённую природу и силу первобытные народы приписывали неодушевлённой материи. У многих народов поклонение камням занимало важное место на разных стадиях развития культуры, от низшей до самой высокой ступени цивилизации. [Тайлор 2000: 351–360.]. Культ, почитание камней, вера в их сверхъестественную сущность (фетишизм) и их олицетворение (анимизм), сохранившиеся и дошедшие до наших дней как отголоски отдалённых эпох, по мнению многих учёных, имели большое значение для религиозного развития человеческого рода.

Компонент фразеологизма *камень* соотносится с природно-ландшафтным кодом культуры, компонент «на» — с пространственным, а компонент не оставить, указывая во фразеологизме на несохранение, уничтожение того, что есть, — с антропно-деятельностным кодом.

В основе создания образа фразеологизма лежит метафора, уподобляющая деятельность, направленную на сокрушение, приведение к гибели, исчезновению кого-либо, чего-либо, действию, целью которого является убрать один камень с поверхности другого.

Фразеологизм в целом отображает стереотипное представление о ситуации, о способах приведения кого-либо, чего-либо к абсолютному крушению, гибели, к уничтожению, истреблению, зачастую не оставляющим шанса на возрождение, восстановление.

ФЕ как за *каменной стеной* имеет значение «в полной безопасности, под покровительством, под надёжной защитой». Имеется в виду, что лицо (обычно — женщина) или социальный коллектив не имеет в жизни проблем и трудностей, поскольку всю заботу о ней (о нём) берёт на себя другое лицо (обычно — мужчина или начальник) или другой социальный коллектив (руководство), обеспе-

чивая тем самым им спокойную, свободную от неприятностей жизнь.

Фразеологизм восходит к древнейшей мифологической форме осознания мира — анимистической, т. е. к олицетворению предметного мира: в основе образа лежит аналогия «дом (точнее, его часть — стена) — человек». С понятием «дом» в той или иной мере соотнесены все важнейшие характеристики человека, его жизни и его картины мира. Дом — средоточие своего, освоенного пространства. Особое символическое содержание у древних славян имеет первый венец сруба дома, который делит всё пространство на домашнее и недомашнее, на внутреннее и внешнее. Эти воззрения отражаются в образе фразеологизма, в смысловой основе которого лежат две архетипические, т. е. наиболее древние в культурном освоении мира, оппозиции: «своё — чужое», «внутреннее — внешнее». Жилище и семья предстают как единое целое, причём характерно, что само слово дом в ряде индоевропейских языков первоначально, видимо, означало не жилое строение, а форму общественной организации, семью [Байбурин 1993: 154], что свидетельствует также о непосредственной связи образа фразеологизма с таким древнейшим архетипическим противопоставлением, как «мужчина — женщина».

Компонент фразеологизма «за», указывающий на нахождение позади, внутри, соотносится с пространственным кодом культуры, компонент каменный принадлежит к природно-ландшафтному коду, а компонент стена соотносится с архитектурно-домостроительным кодом культуры.

Фразеологизм содержит метафору — уподобление по аналогии каменной стены тому, кто служит надёжной защитой, оберегает от тревог, волнений, печалей, от трудностей, опасностей внешнего мира.

В зависимости от того, куда человек помещает себя — вовнутрь ли вовне, он по-разному оценивает окружающий мир. [Байбурин 1993: 154.]. Окружающий мир вне стен дома представляется чужим, а потому неизвестным, угрожающим и опасным, что обуславливает важность укрепления границы между «своим» и «чужим» пространством, которая в образе фразеологизма нашла символическое воплощение в компоненте стена, главной функцией которого является обеспечение непроницаемости со стороны внешнего мира. Выбор материала — камня — указывает на прочность и устойчивость стены. Всё это в целом во фразеологизме символически осмысливается как «безопасность, устранение нежелательных «контактов извне»». Ср. выражение *Мой дом — моя крепость*.

Понятие дома, своего мира тесно связано с понятием семьи, также формирующим образ фразеологизма и обуславливающим его употребление — обычно по отношению к мужчине. Существование внутрисемейной иерархии, поддерживаемое многовековой традицией, определяется безропотным подчинением жён своим мужьям. Мужчине-домохозяину принадлежала исключительная власть. Материальное благополучие семьи целиком зависело от хозяйственной сметки и практических навыков главы семьи,

от его умений и распорядительности [Домников 2002: 166]. Аналогия «за мужем — за каменной стеной» раскрывает традиционные, освящённые религией роли и функции, которые отводятся мужчинам и женщинам в семейных отношениях: мужчине предписывается обеспечить защиту, безопасность, поддержку своей семье (жене, женщине) как в материальном, так и в духовном плане. Обратимся к фольклору: *За мужа завалюсь, всем насмеюсь, никого не боюсь; За мужнину жену есть кому вступиться; У хорошего мужа и жена хороша; Жена мужа почитай, как крест на главе; Муж жену береги, как трубу на бане; Жена при муже хороша, без мужа не жена.*

Фразеологизм также бытует в области иерархически упорядоченных социальных отношений, по сути повторяющих модель семьи: хорошее, грамотное, заботящееся о своих подчинённых начальство (руководство) обеспечивает процветание всему коллективу.

Фразеологизм в целом выступает в роли эталона полной защищённости, абсолютной безопасности, а также обеспеченной жизни.

В соответствии со значением, привносимым компонентами природно-ландшафтного кода культуры, рассмотренные ФЕ репрезентируют

- поведение человека,
- эмоции человека,
- созидательную и разрушительную деятельность человека,
- оценку деятельности человека,
- победу,
- истины и принципы.

Слова, соотносимые с природно-ландшафтным кодом культуры, выступают в роли символа

- бесплодия, неродящей земли;
- жестокости и бессердечия;
- непреодолимого препятствия;

Литература:

1. Байбурин А. К. Ритуал в традиционной культуре. — СПб., 1993. 237 с.
2. Бирих А. К. Русская фразеология. Историко-этимологический словарь: ок. 6000 фразеологизмов / СПбГУ; Межфак. словарный каб. им. Б. А. Ларина, А. К. Бирих, В. М. Мокиенко, Л. И. Степанова; под ред. В. М. Мокиенко. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Астрель: АСТ: Люкс, 2005. — 926, [2] с.
3. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий / Отв. Ред. В. Н. Телия. — 2-е изд., стер. — М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006. — 784 с. — (Фундаментальные словари).
4. Гудков Д. Б., Кольовска Е. Г. Словарное описание природно-ландшафтного кода русской культуры (на примере лексемы ЛЕС) // Язык, литература, культура: Актуальные проблемы изучения и преподавания. Вып. 7. — М., 2011.
5. Домников С. Д. Мать-земля и Царь-город. Россия как традиционное общество. — М., 2002. 672 с.
6. Кольовска Е. Г. Семантика базовых единиц природно-ландшафтного кода русской культуры // Пространство языка — пространство культуры. Материалы региональной научно-практической конференции. — М.: МАРХИ, 2013. С. 69–71.
7. Кольовска Е. Г. Экспликация природно-ландшафтного кода культуры в русских поговорках. — Гуманитарные и социальные науки 2014. № 6. 153–160.
8. Тайлор Э. Б. Миф и обряд в первобытной культуре. — Смоленск, 2000. 624 с.

- фундамента, опоры;
- смерти;
- основополагающего, принципиально важного в каком-либо деле;
- безопасности, защищенности, обеспеченной жизни.

Фразеологизмы в целом выступают как стереотипное представление о/об

- неприязни к кому-либо;
- скрытом недовольстве кем-либо;
- желании причинить кому-либо неприятности;
- тяжёлом эмоциональном состоянии;
- состоянии человека, испытывающего радость и облегчение;
- сложной, трудноразрешимой проблеме;
- исключительном успехе, абсолютной победе.

В рассмотренные языковые единицы вовлечены вещный, деятельностный, религиозно-антропоморфный, антропо-деятельностный, архитектурно-домостроительный коды культуры.

Компоненты природно-ландшафтного кода культуры в составе ФЕ со значением «камень» восходят к

- древнейшим архетипическим оппозициям «лёгкий — тяжёлый», «бытие — небытие», «жизнь — смерть», «верх — низ», «своё — чужое», «внутреннее — внешнее», «мужчина — женщина»;
- библейским текстам;
- древнейшему мифопоэтическому сознанию;
- древнейшей мифологической форме осознания мира — анимистической.

Во ФЕ с компонентом «камень» находит отражение символика объектов природно-ландшафтного кода культуры. Слова-компоненты ФЕ являются оязыковленными символами, будучи именами символов-реалий, награжденных особым, символическим, смыслом в культуре.

ТЕОЛОГИЯ

Взгляды мусульманских учёных и татарских богословов на положение мусульманской уммы и пути её развития

Марифов Хуснуддин Султанбекович, студент магистратуры

Научный руководитель: Гафаров Анвар Айратович, кандидат исторических наук, доцент

Российский исламский институт (г. Казань)

В статье исследуется вопрос о значении понятия «уммы» и её роли в жизни мусульман, поднимаются проблемы с которыми сталкиваются мусульмане из-за раскола, а также рассматриваются философские размышления татарских общественных и религиозных деятелей, таких как И. Гаспринский, Г.-Р. Ибрагимов, Г. Буби и др. о положении мусульманской уммы и путях ее развития. Соответственно, работа носит междисциплинарный характер: затрагиваются такие научные сферы, как теология, культурология и социология.

Ключевые слова: умма, асабия, функции уммы, Ибн Халдун, российское мусульманство, И. Гаспринский Г.-Р. Ибрагимов, Габдулла Буби, панисламизм, Джамалетдин Афгани, Мухаммад Абдо.

На протяжении истории ислама мы видим перманентные расколы мусульманской уммы на многочисленные группы, нежелание их взаимодействовать друг с другом, а также с другими общинами, причиной которого является всё возрастающее число различных идеологий и течений, разделение взглядов и убеждений мусульман.

Изначально в священных источниках встречается такое понятие, как «умма». В частности, в Коране данное слово встречается более 60 раз; как минимум, уже от этого оно приобретает более значительный смысл, требующий самого пристального внимания. Конечно же, главным образом умма в контексте Корана — мусульманская община, не ограниченная рамками определенной территории или этноса. В эту группу входят все, кто верит в Аллаха, независимо от того, насколько далеко они находятся друг от друга. Однако, из-за разногласий, войн между собой и обвинений друг друга в неверии мусульманская умма разделялась, игнорируя то, что согласно словам Всевышнего, разногласие является причиной их бед:

«Повинуйтесь Аллаху и Его посланнику и не препирайтесь, а не то вы падете духом и лишитесь сил!» [7, Коран 8:46].

Но при этом были ученые, которые включали в понятие уммы также и представителей других конфессий, и даже атеистов. В качестве аргумента данной позиции приводятся аят Корана, в котором сказано:

«Люди были одной общиной...» [7, Коран 2:213].

Согласно же большинству мусульманских учёных уммой могут называться религиозные общины, которые вняли призывам того или иного пророка, посланного Все-

вышним к тому или иному народу. Как аргумент этому приводится хадис, где говорится:

«Каждая умма подчиняется своему пророку» (Бухари) [15]. Кроме того, в Священном Коране сказано:

«Вы являетесь лучшей из общин, появившейся на благо человечества...» [7, Коран 3:110].

Чтобы понять какую роль играет умма в жизни каждого мусульманина необходимо систематизировать и рассмотреть её функции, среди которых основной является интегрирующая, то есть объединение мусульман; ведь в Священном Коране Аллах призывает:

«Держитесь за вервь Аллаха и не разделяйтесь» [7, Коран 3:103].

Следующей функцией является приобретение новых познаний от своих братьев по вере — просвещенческая. Один из хадисов гласит: **«Приобретение знания является обязанностью каждого мусульманина!»** (Ибн Маджа) [15]. Далее следует культово-организующая функция, которая подразумевает возможность проводить внутри уммы совместные молитвы и совершать общие трапезы по разговению (ифтар), ведь за подобные действия им положена награда от Всевышнего. Наконец, немаловажная функция — коммуникативная. Она дает мусульманам возможность свободно общаться между собой, обсуждать интересные их вопросы, как по религиозной, так и по светской тематике. Наряду с вышеотмеченными, важную роль играют регулятивная, мировоззренческая, компенсаторная, культурная (и др.) функции ислама.

Рассматривая сущность влияния уммы на мусульман в целом и в частности на каждого, мы видим, что главной

её задачей является объединение людей в один социальный институт. В данном отношении используется термин «асабия». Он упоминается в социальной философии ибн Халдуна как сплочение людей на основе единения, коллективного сознания и взаимоподдержки. В соответствии с его видением, «асабия» — это движущая сила истории, которая проходит характерный цикл и претерпевает этапы подъема и упадка [9].

Ибн Халдун отмечает, что изначально «асабия» базируется на утверждении о том, что люди не могут существовать вне группы и чувствуют потребность в помощи и коммуникации с собратьями, и лишь объединенная группа может функционировать в безопасности. Также для усвоения технических, ремесленных или любых других навыков, необходимых для пропитания, а также для интеллектуального общения нужно быть членом коллектива.

Далее Ибн Халдун утверждает, что группы обладают разными навыками для совместных действий. Отсюда следует осознание иерархической природы этнических групп, где каждая цепь имеет свою асабию. В целях сохранения единства группы на более высокой ступени иерархической лестницы, она должна иметь большую асабию, чем группа снизу.

Помимо прочего, Ибн Халдун отмечал, что первенство или власть над другими асабиями в группе должны принадлежать семье (роду) с самыми естественными и сильными правами управления. Мукаддама разъясняет причины создания и разрушения асабии. Асабия по Ибн Халдуну является итогом «общественного контакта, товарищеских связей, продолжительных знакомств и дружеских отношений».

Таким образом, мы видим, что функционирование уммы, коммуникация внутри неё и поддержание её единства имеют, в том числе, социальную подоплёку, являясь важными факторами духовного и социального прогресса.

Но при этом очевидно, что недостаточно развитие только внутри уммы, без взаимодействия с другими общинами. Подобную необходимость подчеркивал еще в 1881 г. И. Гаспринский (1851–1914), один из наиболее авторитетных деятелей татарской общественной, просветительской мысли. Раздумывая об изолированности и обособленности мусульман от своих русских соотечественников и необходимости развития своих единомышленников, он отмечал проблемы, требующих немедленного решения: «общественная и умственная изолированность мусульман, сильное невежество, мертвая неподвижность во всех сферах их деятельности, постепенное обнищание населения и края и по окраинам, губительная эмиграция» [1].

И. Гаспринский считал, что вопрос об «иногородцах», как и об Исламе в России, не проработан и по нему отсутствует строго разработанная, последовательная политика приобщения российских мусульман к достижениям мировой цивилизации.

Он негодовал по поводу того, что российское мусульманство не понимает и не ощущает интересы Отечества, и что российские общенациональные цели и идеи далеки

от его понимания, и, как следствие, оно отделено от русской мысли, литературы и общечеловеческой культуры:

«Русское мусульманство прозябает в тесной, душной сфере своих старых понятий и предрассудков, как бы оторванное от всего человечества, и не имеет иной заботы, кроме заботы о ежедневном куске хлеба, иного идеала, кроме указаний желудка» [2].

Он указывал, что «исламские общины азиатских центров, как Дамаск, Тунис, Каир, Константинополь, Смирна» обошли общину российских мусульман во многих сферах; в то время как «современное состояние каких-нибудь касимовцев, казанцев, бахчисарайцев и прочих показывает нам интеллектуальную и материальную картину времен Ивана Грозного, Ермака и Чобан-Гирея с зачухавшей атмосферой застоя и неподвижности».

К началу XX века Гаспринский сформулировал политическую программу развития тюркско-татарской нации, сочетавшую как типично буржуазные требования (политические и гражданские свободы, конституционное государство и т. д.), так и правовые акты и нормы, характеризующие ее как «миллет» — особую этническую структуру в рамках имперского государства (особый правовой статус, концентрация вокруг духовных собраний, национально-пропорциональная система формирования органов власти и т. п.).

Так, Гаспринский выдвинул тезис целостной религиозной автономии российских мусульман в лице миллета. Во главе данной автономии должен быть общероссийский Раис аль-Уляма (председатель совета богословов). При этом, наравне с управлением мухтасибатами, религиозными медресе и вакфами, данной автономии необходимо организовать и светские общегосударственные институты.

В данном случае прослеживается влияние австро-венгерской модели культурно-национального самоуправления (К. Реннер, О. Бауэр, Р. Гильфердинг и др.). По Гаспринскому, всякая нация должна быть юристом, иметь свои экономическо-финансовые организации (кооперативы, банки и т. д.), самостоятельную систему образовательных учреждений, просветительские и филантропические организации, а также политическую структуру.

Умма российских мусульман Гаспринского базируется на идее целостности всех народов России, исповедующих Ислам, цель которых приобщение к современной цивилизации и гражданскому обществу под лозунговый «Единство в языке, действиях и мыслях» [2].

Гаспринский многократно отмечал, что период средневековых ханств прошел, и мусульмане из подчиненных власть имущим, должны стать гражданами государства Новой эпохи. Многовековой стоицизм, неприятие перемен должны смениться на веру в возможность преобразований, выгодных для уммы и Ислама, и отвечающих сущности Священного Писания.

Гаспринский решительно использует идеи реформ, созидательного духа Ислама, опираясь на то, что сам Про-

рок Мухаммад сообщал о потребности в преобразованиях в жизни уммы в соответствии с нуждами каждой эпохи.

Также данный вопрос поднимался и исследовался ещё одним видным татарским деятелем — Габдуллой Буби (1871–1922). Он, не ограничившись проповедованием своих религиозно- философских взглядов шакирдам в мечети и медресе, на рубеже XIX–XX веков изложил их в нескольких сочинениях («Истина», «Женщины», «Прошло ли время иджтихада» и другие). Основные проблемные категории его работ — это истина и заблуждение, верный путь, нововведение, счастье, очищение веры и т. д.

А основной инструмент оценивания состояния религиозных дел — это ум, а коранические аяты и хадисы — это источник вдохновения и объект философской рефлексии. Г. Буби в личных измышлениях уделял особенный интерес к иджтихаду, предлагал разбор и пересмотр религиозных категорий и положения уммы с модернистских позиций [1].

Во введении к трактату «Заманы ижтиһад монкарыһым, де’илме?» (Прошло ли время иджтихада?) Г. Буби отмечал, что экономическая и интеллектуальная отсталость мусульманской уммы — это плоды деятельности невежественных ученых ислама [5]. Он обвинил мусульманских законодателей (факихов) в том, что они потратили много времени и сил на изучение маловажных вопросов ислама, в то время как коранические истины о творениях Всевышнего практически не исследовались.

Другой татарский просветитель Г.-Р. Ибрагимов (1887–1938) писал, что единство мусульман взаимосвязано с экономикой. Он считал, что исламская финансовая система имеет схожие черты с социализмом. Например, банки и взятие процентов не допустимы, так как деньги богачей не находятся в обороте, а хранятся в банке — несмотря на то, что некоторые исламские ученые (уляма) считают, что банки являются дополнением к исламской системе «мудароба», в действительности же они представляют интересы наиболее богатых [10]. По-видимому, имеется в виду что состоятельные слои населения более точно информированы об экономической ситуации, нежели малоимущие, они всегда находятся «на плаву».

В публикации «Исламские школы и российские банки» в газете «Ульфат» Г.-Р. Ибрагимов описывает как отношение к банковскому векселю делит мусульманскую общину на «шпионов-доносчиков» и «толстяков-толстосумов» (Мэкатиб). Данное высказывание также демонстрирует, что единство для него было важнее, чем мусульманская ортодоксия или общественное неравенство [5].

Также с идеей объединения всех мусульман в одну единую умму связана религиозно- политическая идеология (панисламизм), которая, сформировавшись во второй половине XIX века, приобрела широкую известность и поддержку в государствах, исповедующих ислам. Официальной идеологией это течение стало в Османской империи при правлении Абдула Хамида II, что оказало значительное воздействие на всю политику державы [12].

На просветительно-богословскую мысль Волго-Уральского региона существенное влияние оказали именно идеи панисламизма, сформированные известными исламскими реформаторами в их произведениях и статьях, среди них: Джамалетдин Афгани (основатель издатель газеты «Аль-Урва аль-Вуска»), Мухаммад Абдо, (современник и ученик Афгани), Касым Амина (журналист, юрист и борец за женские права) и Рашид Рида (издатель и редактор газеты «Аль-Манар») и др. [10]. Многие видные деятели татарской богословской мысли, в будущем возглавившие джадидистское движение, такие как Муса Джарулла, Зия Камали, Закир Кадыри учились и практиковались в университетах Египта, где собирались на лекциях данных лидеров реформаторского движения. Также они устраивали встречи с Джамаледдин Афгани во время его визитов в Санкт-Петербург [16]. Среди них особенно выделялся Ризаэтдин Фахретдин, который написал отдельное произведение об Афгани и его идеях, основываясь на их встречах и переписки [14].

Итак, на основе классических принципов ислама, которые были сформированы в Средние века, был предложен тезис о панисламизме мусульманскими реформаторами аль-Афгани и Мухаммадом Абдо. Цитата, приписываемая Абдо, гласит: «Я отправился на Запад и увидел ислам, но не мусульман. Я вернулся на Восток и увидел мусульман, но не ислам» [10].

Панисламизм выдвигал идею единства мусульман в одном исламском государстве, чаще в халифате, или в международной организации с исламскими принципами. В качестве формы религиозного национализма панисламизм отличает себя от других панационалистических идеологий, например, панарабизма, исключая культурную и национальную принадлежность в как важнейших факторов для объединения.

Приоритет принадлежности к любой исламской умме в конце XIX века был следующим: ислам наднационален и одной формы у всех мусульманских народов. Территория делится на две части: мир ислама (дар-аль-ислам) и мир войны (дар-аль-харб). Принцип превращения «дар-аль-харб» в «дар-аль-ислам» через святую войну (джихад) в XIX веке определялся панисламистами следующим образом: все территории, где живут мусульмане, нужно освободить от ига неверных, а верующие в ислам должны объединиться в одну глобальную мусульманскую страну — халифат, которая будет регулироваться законами шариата [10].

Таким образом, панисламизм и его идеи, исключая этническую культуру и принадлежность, являются первичными факторами на пути объединения «уммы». Ранние сторонники панисламизма пытались компенсировать военную и экономическую слабость мусульманского мира, отдавая предпочтение централизации халифата в условиях угрозы расчленения Османской империи в ходе I мировой войны.

Литература:

1. Абдуллин Я. Г. Татарская просветительская мысль / Я. Г. Абдуллин. — Казань: Татар. кн. изд-во, 1976. — 300 с.
2. Гаспринский И. Полное собрание сочинений Исмаила Гаспринского / гл. ред. Р. С. Хакимов; сост. С. А. Сеитметова. — Казань: Институт истории им. Ш. Марджани АН РТ, 2017. — 420 с.
3. Губайдуллин К. Пища казанских татар / Губайдуллин К. Казань: 1996. — 280 с.
4. Данилов В. Л. Из истории издания и распространения мусульманской книги в России / В. Л. Данилов. — Вестн. Ом. ун-та. № 3. — 2008. — С. 6–9.
5. Закиров А. Взгляды Габдуллы Бубы на вопросы наследования в арабо- мусульманской культуре / А. Закиров. — М.: Филология и культуры, — № 1 (31) — 2013. — 327 с.
6. Закиров А. А. Философские размышления Г. Г. Буби о положении мусульманской уммы / А. А. Закиров // Из истории и культуры татар Среднего Поволжья. — 2020. — № 17. — С. 1–11.
7. Коран. Перевод смыслов / пер. И. Ю. Крачковского. — М.: Петербургское Востоковедение, Восточная литература, 1995. — 342 с.
8. Ланда Р. Г. Ислам в истории России / Р. Г. Ланда — Москва: Восточная литература. 1995. — 148 с.
9. Левин З. И. Ислам и национализм в странах зарубежного Востока: идейный аспект / З. И. Левин. — М.: Наука, 1988. — 250 с.
10. Мараш И. «Религиозное обновление в тюркском мире». Перевод книги с турецкого языка: Dr. İbrahim Maraş. Türk dünyasında dini yenileşme. Ötügen neşriyat: İstanbul / И. Мараш. — Стамбул: 2002. — 206 с.
11. Махмутова А. Габдулла Буби (1871–1922). Татарские интеллектуалы: исторические портреты. Сост. Р. Мухаметшин. — 2-е изд / А. Махмутова. — Казань: Магариф, 2005–271 с.
12. Розов Н. С. Закон Ибн Халдуна / Н. С. Розов // Политический класс. — 2006. — № 16. — С. 70–76.
13. Сафиуллина Р. Р. Печатная книга на арабском языке у татар. Ислам и мусульманская культура в Среднем Поволжье: история и современность. Очерки / Р. Р. Сафиуллина. — Казань: Мастер Лайн, 2002. — 452 с.
14. Шагавиев Д. А. Влияние мусульманского реформатора Джамал ад-Дина ал-Афгани на татарского богослова Ризаэтдина Фахретдина (Ризу Фахретдинова) / Д. А. Шагавиев. — Личность в истории. УДК 94 (470.41) «1886/1936»:28 — С. 118–126.
15. Энциклопедия хадисов [Электронный ресурс]. URL: <http://hadis.info> (Дата обращения: (Дата обращения: 10.06.2022)).
16. Gafarov A. A., Fazliev A. M., Nafikov I. Z. J. AL-Afgani's «russian route» in the periodical press (late 80-ies of the XIX century) / Anvar A. Gafarov, Aivaz M. Fazliev, Ilmur Z. Nafikov // The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication — TOJDAC November 2016 Special Edition. — P. 2513–2517.

ПРОЧЕЕ

Социальное служение на приходах Русской православной церкви по Воронежской области

Потомкина Юлия Геннадьевна, студент

Воронежский государственный педагогический университет

В данной статье анализируется содержание понятий «социальное служение Церкви» раскрывается его смысл, а также исследуется на кого направлена деятельность социального служения на приходах РПЦ по Воронежской области.

Ключевые слова: Русская православная церковь, социальное служение.

Social service in the parishes of the Russian orthodox church in the Voronezh region

This article analyzes the content of the concepts of «social service of the Church», reveals its meaning, and also examines who the activities of social service in the parishes of the Russian Orthodox Church in the Voronezh region are aimed at.

Keywords: The Russian Orthodox Church, social service.

В Конституции Российской Федерации указано, что Россия является социальной державой, политика которой направлена на обеспечение достойной жизни и свободного развития общества. В настоящее время среди приоритетов развития страны до 2036 года называются реформы секторов, связанных с развитием человеческого капитала. Обеспечение прав граждан на социальную защищенность, охрану здоровья, материнства и детства, жилища и доступ к образованию, являются главными задачами в разработанном плане действий в социальной сфере [5].

Из мировой практики, можно увидеть, что высокоэффективность социальной защиты достигается, когда государство сотрудничает вместе со структурами гражданского общества. В России весомым субъектом структуры гражданского общества являются религиозные, а именно Русская Православная Церковь (РПЦ). В современном российском обществе имеется необходимость решать острые социальные проблемы, в разрешение которых готова принять участие Церковь. Поэтому практика социального служения РПЦ — это необходимая помощь государству в решении насущных проблем общества.

В России в настоящее время государство стало активнее взаимодействовать с Церковью, которая оказывает большое влияние на развитие национальной культуры нашего государства. Кроме того, в условиях необходимости формирования общенациональной доктрины, особенно актуально обращение к наследию РПЦ, как к многовековой

хранительнице национальных ценностей и традиций русского народа, российского государства. Изучение опыта формирования системы социального служения и ее государственно-правового регулирования очень актуально сегодня для России, где есть тенденция восстановления светской и церковной традиций милосердия [2].

Социальная деятельность Русской Православной Церкви осуществляется в рамках правового поля. Основным документом, регламентирующим данный вид деятельности, является Постановление Архиерейского Собора РПЦ от 04.02.2011 г. «О принципах организации социальной работы в Русской Православной Церкви», где дано определение термину «Социальное служение Церкви (благотворительность, социальная деятельность, диакония) — это инициированная, организованная, координируемая и финансируемая Церковью или с помощью Церкви деятельность, имеющая своей целью оказание помощи нуждающимся» [1].

На примере Воронежской епархии, можно наблюдать сегодня налаживания социального служения в отношении всех групп социально-незащищенных граждан. Координацией социальной работы Воронежской епархии занимается Епархиальный отдел по благотворительности и социальному служению, который в 2023 году в декабре отметит 10-летие со дня своего образования.

Глава Воронежской митрополии митрополит Воронежский и Лискинский Сергий, входит в состав комиссии

Межсоборного присутствия по церковному просвещению и диаконии. Он возглавляет рабочую группу по изучению проблематики пастырского окормления душевнобольных. Помимо архиерейского окормления приходов и монастырей епархии, выстраивает конструктивные отношения с государственной властью и светским обществом; принимает деятельное участие в решении вопросов, связанных с воспитанием молодежи, развитием волонтерского движения и образованием; уделяет серьезное внимание социальному служению приходов и духовенства епархии [1].

В каждом благочинии Воронежской области оказывается непрерывная поддержка, которая направлена на тех, кто в ней нуждается. Большинство приходов имеют службу добровольных помощников, которые оказывают помощь в приобретении и доставке продуктов, лекарств, помощь в быту, участие в благотворительных акциях. Так же социальное служение РПЦ направлено на: защиту материнства и детства, помощь в чрезвычайных ситуациях, помощь инвалидам, бездомным, наркозависимым и т. п. Для духовно-нравственного воспитания детей созданы церковно-приходские школы, которые так же осуществляют поддержку не только детям и их родителям, но и всем тем, кто обращается за помощью [3].

В организации социального служения на приходах РПЦ возникают определенные сложности, основная из них — нечеткое понимание всего многообразия целей и задач социального служения. Вторая, нехватка кадров. Основными препятствиями, возникающими при осуществлении социальной работы на приходах, можно считать:

- недостаточное финансирование;
- текучка добровольческих кадров;
- минимальная материальная база;
- отсутствие помещений;
- недостаток знаний и навыков.

Благодаря тому, что церковь вводит в свою работу современные технологии, методы и методики, исследует новые пути их использования в благотворительной деятельности, роль РПЦ в оказании помощи нуждающимся становится более значима. Эффективное использование социального служения церкви позволит решить многие проблемы общества, традиционно не поддающиеся влиянию государства, так как церковь в своем служении может вылечить душу самого общества [4].

Таким образом, социальное служение РПЦ позволит решить многие проблемы общества, так как традиционно Церковь выступает важным регулятором общественных отношений.

Литература:

1. Воронежская митрополия: русская православная церковь: сайт. — Воронеж, 2011. — URL: <https://www.vob-eparhia.ru/> (дата обращения: 15.12.2022).
2. Гаврилова, И. М. Принципы управления социальной деятельностью на приходе Русской Православной Церкви / И. М. Гаврилова, Е. А. Цыплакова // Современный менеджмент: цели, проблемы и пути совершенствования: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции / Научно-издательский центр «Открытое знание». — Екатеринбург, 2017. — С. 4–12
3. Зальцман, Т. И. Система социальной и благотворительной деятельности церкви. Основные характеристики. Краткий очерк истории социального служения Русской Православной Церкви: мультимедийное учебное пособие / Т. И. Зальцман, В. Хулапа, И. В. Астэр — Санкт-Петербург: СПбГИПСР, 2014.
4. Зубанова, С. Г. Социальное служение и благотворительность. Учебное пособие для студентов. / С. Г. Зубанова. — Москва: Перо, 2015. — 232 с.
5. Министерство экономического развития Российской Федерации: Официальный сайт Минэкономразвития России: сайт. — Москва, 2015. — URL: <https://www.economy.gov.ru/> (дата обращения: 12.12.2022).

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ О'ЗБЕКISTON

Esherixioz bilan kasallangan bolalardan ajratilgan gemolitik E.coli bakteriyalarining antibiotiklarga sezgirligi

Shayqulov Xamza Shodievich katta o'qituvchi;

Rasulova Muxsina Roziqovna, dotsenti

Samarqand davlat tibbiyot universiteti (O'zbekiston)

Антибиотикочувствительность гемолитических E.coli, выделенных от детей больных эшерихиозом

Шайкулов Хамза Шодиевич, старший преподаватель;

Расулова Мухсина Розиковна, доцент

Самаркандский государственный медицинский университет (Узбекистан)

Гемолитическая кишечная палочка, выделенная от 165 детей в возрасте от 1 месяца до 18 лет с колиинфекцией. Была определена чувствительность выделенных гемолитических эшерихий к антибиотикам.

Ключевые слова: эшерихиоз у детей, гемолитическая кишечная палочка, антибиотикочувствительность бактерий.

Маърузнинг dolzarbligi. Esherixioz yoki ichak koliinfeksiyasi bolalarda eng ko'p uchraydigan bakterial infeksiyalardan biridir. Bu kasallik 15–20% bolalarda kuzatiladi va ko'pincha diffuz diareya ko'rinishi bilan kechadi [1, 2, 3, 5]

Kasallikning xotimasi ko'p jihatdan organizmning progressiv suvsizlanishini oldini olishga qaratilgan va o'z vaqtida boshlangan antibakterial terapiyaga bog'liqdir. Bakteriologik tekshirish natijalari kelgunicha zarur bo'lgan antibiotiklar enterobakteriyalarining antibiotiklarga sezgirligi bo'yicha mahalliy ma'lumotlarga asoslanib empirik tarzda tanlanadi.

Tadqiqot maqsadi

1. Invaziv diareya bilan og'rigan bolalardan ajratilgan esherixioz qo'zg'atuvchilarini antibiotiklarga sezgirligini o'rganish.

2. Asosiy patogenlar bo'lgan — gemolitik esherixiyalarga qarshi eng faol antibakterial preparatlarni aniqlash.

Materiallar va tadqiqot usullari

Ko'zda tutilgan maqsadga erishish uchun 2019–2020 yillarda ko'p markazli bakteriologik tadqiqotlar o'tkazildi, unda 1 oylikdan 18 yoshgacha bo'lgan, ingichka ichak va yug'on ichak infeksiyasining klinik ko'rinishi bo'lgan (gastroenterokolit, enterit, kolienterit va boshqalar) bolalar urganildi. Qaysi bolalarning najasidan $>10^5$ KHB/ml titrda patogen esherixiyalar ajratilgan bo'lsa, shu bolalar nazoratda qoldirildi va tekshirishlar shularda o'tkazildi.

Anamnestik ma'lumotlar, bemorlarning shikoyatlari, ambulatoriya kartalari va kasallik tarixidan olingan klinik ma'lumotlar, shuningdek, bemorlarning najaslari bakteriologik o'rganish natijalari tadqiqot materiallari sifatida olindi.

Mikrobiologik usullar. Ajratilgan gemolitik esherixiyalarining ampitsillin, amoksitsillin/klavulanat, sefuroksim, sefotaksim, seftriaksonu, sefoperazon, seftazidim, seftibuten, sefepim, meropenem, gentamitsin, netilmitsin, amikatsinu, ko-trimoksazol, nitrofurantoin, nalidiks kislotsi, siprofloksatsin, nitroksolin, fosfomitsin kab antibakterial vositalarga sezgirligi urganildi. Sezuvchanlikni o'rganish miqdoriy usulda har bir mikroorganizm uchun antibiotiklarning minimal ingibirlovchi konsentratsiyasini (MIK) aniqlash orqali amalga oshirildi. Antibiotiklarning MIK ni aniqlash uchun oziqali agarda suyultirish usuli qo'llaniladi. Sinov uchun NCCLS tavsiyanomasiga mos Myuller-Xinton oziqli agari (Becton Dickinson) ishlatildi va natijalarni sharhlash MUK 4.2 1890–04 tavsiyalari va mezonlariga muvofiq amalga oshirildi [4].

Sezuvchanlikni aniqlash sifatini nazorat qilish MUK 4.2 1890–04: tomonidan tavsiya etilgan E.coli ATCC 25922 nazorat shtammlari yordamida o'rganilayotgan patogenlarni sinovdan o'tkazish bilan parallel ravishda amalga oshirildi.

Antibiotiklarga rezistentlik mexanizmlarini o'rganish. E.coli shtammlarida kengaytirilgan spektrli beta-laktamazalarni

aniqlash «juft disklar» usulida, E.coli shtammlarida aminoglikozidlarni o'zgartiruvchi fermentlarni — fenotipik usulda amalga oshirildi.

Tadqiqot natijalari

Jami 165 nafar bolalar, jumladan, qizlar — 117 (70,9%) va o'g'il bolalar — 48 (29,1%) ko'rikdan o'tkazildi.

Tadqiqotda 1 oylikdan 1 yoshgacha bo'lgan bolalarning 14,6 foizi, 1 yoshdan 3 yoshgacha bo'lgan bolalarning 9,6 foizi, 3 yoshdan 7 yoshgacha bo'lgan bolalarning 25,9 foizi, 7 yoshdan 12 yoshgacha bo'lgan bolalarning 32,9 foizi va 17,0 foizi ishtirok etdi. bolalarning% — 12 yoshdan 18 yoshgacha.

Bu bolalardagi asosiy tashxis noma'lum etiologiyali o'tkir gastroenterokolitlar (53,0%) edi. Chastotasi bo'yicha ikkinchi o'rinni kolienterit (18,7%), uchinchi o'rinni o'tkir enterit (13,0%) egalladi. Bolalarning 15,3 foizi boshqa tashxislar (o'tkir sistit va siydik yo'llarining boshqa infeksiyalari) uchun tekshirildi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, diareya bilan kasallangan bolalarning aksariyatida (81,3%) E.coli ajraldi va asosan 53,1% hollarda gemolitik esherixiyalar aniqlandi, Yilning turli mavsumlarida 41,3% dan 83,4 gacha tebranishlar kuzatildi. Xuddi shunday boshqa laktoza-manfiy gemolitik esherixiyalar kamroq (8,5%) hollarda aniqlandi.

Ushbu tadqiqot jarayonida patogenlarni ajratib olish, identifikatsiyalash so'ngra, ularni antibakterial vositalarga sezgirligi o'rganildi.

Tadqiqot muhokamasi. Gemolitik bo'lmagan va gemolitik E.coli bakteriyalari mos ravishda 51,5 va 98,0% hollarda ampitsillinga yuqori darajada chidamliligi aniqlandi. Ushbu ma'lumotlar bir xil guruhga kiruvchi amoksitsillinga to'liq mos keladi va gemolitik esherixiyaga nisbatan ampitsillinga nisbatan mikrobiologik afzalliklarga ega emas, chunki ikkala antibiotik ham gramm-manfiy bakteriyalarning betta-laktamazalari tomonidan yo'q qilinadi.

E.coli ning betta-laktam antibiotiklariga chidamliligini rivojlanishining asosiy mexanizmi betta-laktamaza ishlab chiqarishdir. Ko'pgina betta-laktamazalarni ingibitorlar tomonidan to'xtatiladi, ulardan klavulanat (klavulan) kislotasi yaxshi ma'lumdir.

E.coli ning ampitsillin va amoksitsillinga chidamliligi mos ravishda 51,5% va 98,0%, amoksitsillin / klavulanatga — 3,9% va 11,8% ni tashkil qiladi.

II–IV avlod sefalosporinlar E.coli ga nisbatan yuqori faollikka ega ekanligi aniqlandi. Rezistentlik 3,9% dan oshmadi va seftazidim va seftibutenga chidamli shtammlar aniqlanmadi, seftepimga nisbatan chidamlilik 0,9% ni tashkil etdi. sefalosporinlardan seftazidim, seftibuten va seftepim

antibiotiklari gemolitik E.coli ga nisbatan eng faol vositalar ekanligi aniqlandi. Gemolitik E.coli larga nisbatan eng faol sefalosporinlar seftazidim va seftepim (mos ravishda 5,9% va 8,8%) rezistentlikni namoyon etdi.

Gemolitik esherixiyada gentamitsin va netilmitsin (25% dan ortiq) chidamlilikning yuqori darajasi ushbu patogenlar keltirib chiqaradigan bolalarda esherixioz uchun empirik terapiya sifatida ushbu dorilarni qo'llashni cheklaydi. Bunday hollarda amikatsin tanlov vositasi hisoblanadi, chunki bu antibiotikka qarshi rezistentlik chastotasi 0–11,8% ni tashkil qiladi.

E.coli shtammlarining 2,7% siprofloksatsinga chidamlilikni namoyon etdi (18 yoshgacha bo'lgan bolalarga ftorxinolonlarni buyurish taqiqlangan).

Tadqiqot davomida E.coli shtammlarining 4,8% (8/165) III avlod sefalosporinlardan biriga sezgirligi pasaygan (MIK> 1), kengaytirilgan spektrli betta-laktamaza (KSBL) ishlab chiqaruvchi E.coli shtammlarining 2,4% (4/165) da penitsillinlar va II–IV avlod sefalosporinlariga rezistentlikni namoyon qildi.

Rezistentlik tahlili shuni ko'rsatdiki, E.coli shtammlarining 30% dan ortig'i ikki yoki undan ortiq turli xil antibiotiklar guruhiga chidamli bo'lib izolyatlarning 22,7% bir vaqtning o'zida ikkita guruhdagi, 7,8% shtammlar uchta, 3,9% to'rtta va 2,1% beshta antibiotiklarga bir vaqtda chidamlilikni namoyon etdi. Ko'pincha, E.coli shtammlarining antibiotiklarga chidamliligi ikki guruhiga -ampitsillin-ko-trimoksazol (20,6%), uchta vosita — ampitsillin-aminoglikozid-ko-trimoksazol (3,9%), to'rtta va beshta — mos ravishda ampitsillin-sefalosporin-aminoglikozid-ko-trimoksazol (1,8%) va ampitsillin-amoksitsillin / klavulanat-sefalosporin-aminoglikozid-ko-trimoksazol (0,9%) holatda namoyon bo'ldi.

Xulosa. Ekssikozli toksikoz bilan og'rikan bolalardan ajratilgan gemolitik E.coli shtammlarining ko-trimoksazol (35,5%) va ampitsillin (51,5%) ga nisbatan chidamliligi yuqori darajada ekanligi aniqlandi.

II–IV avlodagi sefalosporinlar, aminoglikozidlar, karbapenemlar, amoksitsillin / klavulanat, nitrofurantoin va fosfomitsindir toksikozli bolalardan ajratilgan E.coli shtammlariga nisbatan eng faol antibiotik vositalari sifatida namoyon bo'ldi.

Esherixioz bilan og'rikan bolalarning 29,5% ida E.coli shtammlarini ko'plab antibiotiklarga nisbatan chidamli ekanligi, ularda 18,9% hollarda ampitsillin va ko-trimoksazolga kombinatsiyalangan rezistentligi borligi aniqlandi. seftazidim, seftibuten, seftepim, imipenem, amikatsin, siprofloksatsin va fosfomitsin vositalari polirezistent E.coli shtammlariga nisbatan yuqori faollik ko'rsatdi.

Adabiyot:

1. Saidolim M., Ermanov R., Asamidin M. PREVENTION OF INFECTION OF THE POPULATION OF SAMARKAND REGION WITH HIV INFECTION //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. — 2022. — T. 3. — №. 11. — С. 1112–1116.
2. Одилова Г. М., Шайкулов Х. Ш., Юсупов М. И. КЛИНИКО-БАКТЕРИОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТАФИЛОКОККОВЫХ ДИАРЕЙ У ДЕТЕЙ ГРУДНОГО ВОЗРАСТА //ДОКТОР АХБОРОТНОМАСИ ВЕСТНИК ВРАЧА DOCTOR'S HERALD. — 2020. — С. 70.

3. Хужакулов, Д. А., Юсупов, М. И., Шайкулов, Х. Ш., & Болтаев, К. С. (2019). Состояние внешнего дыхания у больных детей со среднетяжелым течением пищевого ботулизма. Вопросы науки и образования, (28 (77)), 79–86.
4. Шайкулов Х. Ш., Муратова З. Т. Анализ стартовой антибактериальной терапии острых тонзиллитов в условиях поликлиники у детей //Педиатр. — 2017. — Т. 8. — №. S.
5. Расулова М. Р., Давронов С. Ф. Установление характера и оценка механизма при переломах костей носа //Судебная медицина. — 2019. — Т. 5. — №. S1. — С. 39–39.
6. Шайкулов Х. Ш., Юсупов М. И., Одилова Г. М. Клинико-лабораторная характеристика сальмонеллезной инфекции у детей// Проблемы биологии и медицины. — 2021. № 5. Том. 130. — С. 141–144. DOI: <http://doi.org/>
7. Юсупов М. И., Одилова Г. М., Шайкулов Х. Ш. ОБ ИЗМЕНЕНИИ СВОЙСТВ КИШЕЧНЫХ ПАЛОЧЕК ПРИ ПОНОСАХ У ДЕТЕЙ //Экономика и социум. — 2021. — №. 3–2. — С. 611–616.
8. Юсупов, М. И., Х. Ш. Шайкулов, and Г. М. Одилова. «Антигенное сходство E.coli, выделенных от матерей и их детей». Доктор ахборотномаси 4 (97) (2020): 129.
9. Нарзиев Д., Шайкулов Х. Чувствительность к антибиотикам Salmonella Typhimurium, находящихся в составе биопленок //Eurasian Journal of Medical and Natural Sciences. — 2023. — Т. 3. — №. 1. — С. 60–64
10. Razikovna R. M. Forensic examination of fractures of the bones of the nose //European science review. — 2018. — №. 7–8. — С. 162–164.
11. Annayeva, D. (2022). CICHORIUM INTYBUS LISOLATION OF ENDOPHYTIC MICROORGANISMS FROM PLANTS AND IDENTIFICATION OF BIOTECHNOLOGICAL POTENTIAL. Eurasian Journal of Medical and Natural Sciences, 2 (6), 54–61. извлечено от <https://www.in-academy.uz/index.php/EJMNS/article/view/1755>
12. Annayeva, D. G. Y., Azzamov, U. B., & Annayev, M. (2022). ODDIY SACHRATQI (CICHORIUM INTYBUS L) O'SIMLIGIDAN ENDOFIT MIKROORGANIZMLAR AJRATIB OLISH. Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, 2 (5–2), 963–972.

Қишлоқ аҳоли яшаш жойларини ичимлик суви сифати кўрсаткичлари тахлил натижалари

Шерқўзиева Гузал Фахритдиновна, тиббиёт фанлари номзоди, доцент;

Бобоева Ирода Ўткир қизи, магистратура талабаси;

Умурув Шамсиддин Сатторович, магистратура талабаси

Тошкент тиббиёт академияси (Ўзбекистон)

Ушбу мақолада қишлоқ аҳоли яшаш жойларини ичимлик суви сифати кўрсаткичлари тахлил натижалари, шу билан бирга аҳолининг ичимлик суви билан таъминланганлик ҳолати маълумотлари келтирилган. Қишлоқ аҳоли яшаш жойларида аҳолини тоза ичимлик суви билан таъминлашда олиб борилаётган ишлар ва уларнинг самарадорлиги кўрсатилган.

Калит сўзлар: ичимлик суви, кимёвий кўрсаткичлар, қудуқ, гигиеник меъёр, саломатлик, сув таъминоти, маҳаллий сув таъминоти.

Результаты анализа показателей качества питьевой воды сельских населенных мест

Шеркузиева Гузаль Фахритдиновна, кандидат медицинских наук, доцент;

Бобоева Ирода Уткир қизи, студент магистратуры;

Умурув Шамсиддин Сатторович, студент магистратуры

Ташкентская медицинская академия (Узбекистан)

В данной статье даны результаты химического и микробиологического исследования питьевой воды в динамике согласно ретроспективного анализа. А также данные местного водоснабжения сельских населенных мест.

Ключевые слова: питьевая вода, химические показатели, колодец, гигиенические нормы, здоровье, водоснабжение, местное водоснабжение.

Мавзунинг долзарблиги

Сув муаммоси жуда долзарб бўлганлиги сабабли республикада сувдан фойдаланишни самарали тартибга солишни таъминлаш учун сув ресурсларини бошқариш бўйича янги тузилмалар яратилган, сув таъминоти ва сув чиқариш соҳасига хусусий секторни жалб қилиш бўйича фаол ишлар олиб борилмоқда. Аҳолининг яшаш шароитларини ва ҳаёт сифатини ва айниқса қишлоқ жойларида яхшилаш мақсадида, 36 минг км сув қувурлари ва 72 минг км газ тармоқлари қурилди ва топширилди, бу аҳолининг ичимлик суви билан таъминотлаш 84 фоизгача, шу жумладан қишлоқ ерларида 77 фоизгача ошириш имконини берди [2, 6].

Бироқ глобал иқлим ўзгариши туфайли республикада қуруқ фаслларнинг давомийлиги ошиб бормоқда, тоғларда қор захиралари майдони камаймоқда, камсувлик такрорланиши тобора кўпаймоқда, бу эса, ўз навбатида, сув танқислиги келиб чиқиш хавфининг ошишига олиб келади. сайёрамизда 1 миллиард аҳоли санитария меъёрларига тўғри келмайдиган сувдан фойдаланаяпти, 2025 йилга бориб сув танқислигидан 2 миллиард киши азият чекиши кутилмоқда. Охириги 150 йил мобайнида аҳоли жон бошига нисбатан ичимлик суви 4 мартага камайиб кетган. Экин майдонлари эса, аксинча, йил сайин кенгайиб, чучук сувнинг 70 фоизи қишлоқ хўжалиги эҳтиёжларига йўналтирилмоқда. Санотда сувга эҳтиёжи катта тармоқлар сирасига пўлат эритиш, кимё, нефт-кимё, қоғоз ҳамда озиқ-овқат ишлаб чиқариш корхоналари киради.

Ҳар йили дунёда 100 миллиард литрдан кўп қадоқланган ичимлик суви сотилаётгани ва бу катта даромад келтирадиган тармоққа айланиб бораётгани ҳам ушбу неъматга эҳтиёж юқори эканини англатади. Маълумотларга кўра қишлоқ хўжалигининг айрим соҳаларидаги сув сарфини қиёсий ҳисоблаб кўрсак, 1 тонна буғдой етиштириш учун **1,5 тонна**, 1 тонна шоли учун — 4–5 минг тонна, 1 тонна пахта етиштириш учун **10 минг тонна** сув сарфланиши тақдирланган [1, 5].

Аҳолининг яшаш шароитларини ва ҳаёт сифатини ва айниқса қишлоқ жойларида яхшилаш мақсадида, 36 минг км сув қувурлари ва 72 минг км газ тармоқлари қурилди ва топширилди, бу аҳолининг ичимлик суви билан таъминотлаш 84 фоизгача, шу жумладан қишлоқ ерларида 77 фоизгача ошириш имконини берди. Хусусан, 2020 йилда 1 918,5 млрд сўм миқдорида маблағлар ўзлаштирилиб, 463 та объектда 4 400,4 км ичимлик ва оқова сув тармоқлари қурилиб, реконструкция ишлари олиб борилди. Натижада 456 мингдан ортиқ аҳолининг ичимлик суви таъминоти яхшиланди. Амалга оширилаётган қурилиш ишлари натижасида аҳолининг марказлашган ичимлик суви билан таъминланганлик даражаси 63,9 фоиздан 69,7 фоизга ошди. Қишлоқ аҳоли яшаш жойларида яшовчи аҳолини тоза ичимлик суви билан таъминлаш борасида ҳукуматнинг 2020–2030 йилларга мўлжалланган Ичимлик суви таъминоти ва оқова сув тизимини ривожлантириш стратегияси кўра, 2030 йилда аҳолининг ичимлик суви таъминоти даражасини 91 фо-

изга, шаҳарлар ва туман марказларидаги оқова сув тизими таъминоти даражасини 16 фоиздан 31 фоизга етказилиши режалаштирилган.

Глобаллашув даврида замонавий гигиена илми ва санитария амалиёти шуни тасдиқлайдики, инсон истемол қилаётган ичимлик суви сифати билан унинг саломатлиги ўртасида бевосита боғлиқлик бор, бу эса Ўзбекистон аҳолисини марказлашган сув таъминотида сифатли ичимлик суви билан таъминлашда муаммолар мажмуасини ечиш муҳим ҳисобланади. Чунки Ўзбекистоннинг кўпгина регионларида очик ва ер ости таъминоти сувларининг минерализацияси ва умумий қаттиқлигини ўсиш жараёни интенсив ўсмоқда, бу эса махсус юқумли бўлмаган касалликларни ўсишига олиб келади, яъни минерал алмашинуви касалликлари, шу билан бирга ўттош касаллиги кўпайшига ва кенг тарқалишига олиб келади [3, 4].

Ичимлик суви бутун дунё стандартлари бўйича озиқ-овқат маҳсулоти сифатида таснифланади айни чоғда сайёрамизда 1 миллиард аҳоли санитария меъёрларига тўғри келмайдиган сувдан фойдаланаяпти, 2025 йилга бориб сув танқислигидан 2 миллиард киши азият чекиши кутилмоқда. Ўзбекистонда ер ости сувидан жуда кенг ва унумли фойдаланилади, чунки унинг миқдори гидрогеологларнинг фикрича 23,4 миллион км³ дир. Хорижий мамлакатлар ҳам ер ости сувларидан кенг қўламда фойдаланадилар, хусусан, Японияда йилига 75 милр 500 миллион тонна сув кишилар эҳтиёжи учун сарфланади ундан 13 млрд 300 миллион тонна ер ости сувига тўғри келади.

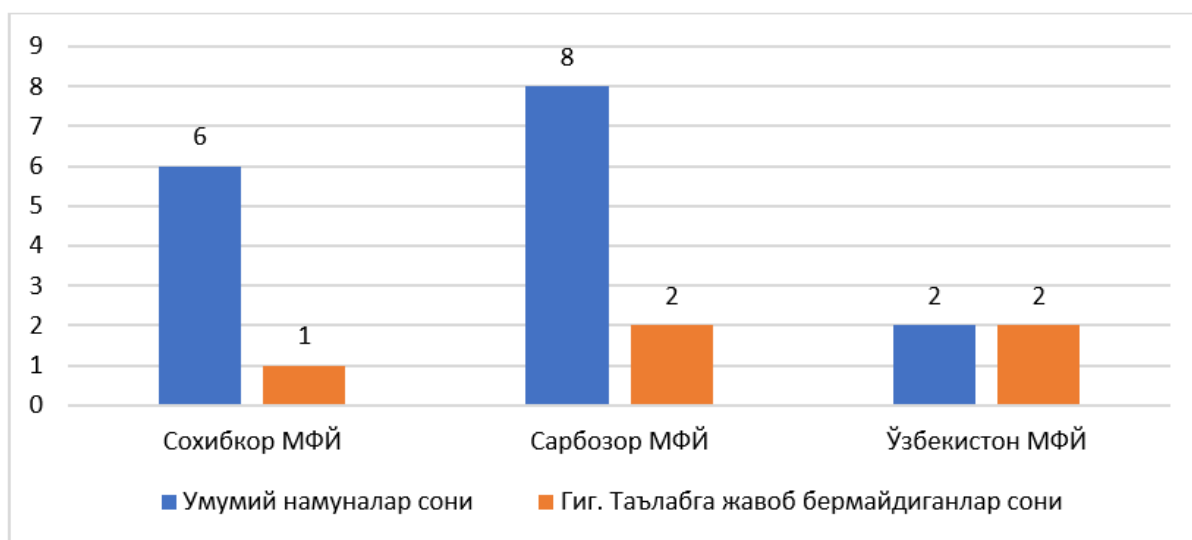
Олимлар берган маълумотлар шуни кўрсатдики, Ўзбекистон территориясидаги ер ости сувнинг аксарияти таркиби жиҳатидан, яъни тиниқлиги, харорати кимёвий таркиби ва микроорганизмларнинг миқдори буйича Давлат стандарти талабларига жавоб беради.

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда биз қишлоқ аҳоли яшаш жойларидаги ичимлик суви сифатини баҳоладик ва қуйидаги нагизларни олдик: 2021 йилда сувдан кимёвий кўрсаткичлар буйича намуналар олинган бўлиб, улардан «Сохибқор», «Сарбозор», «Беклар», «Турон», «Тошкўприк», «Тепакўрғон», «Нарпай», «Ўзбеккент», «Дўстлик», «Муस्ताқиллик» ва «Ўзбекистон» маҳалла фуқаролар йиғинларидан (МФЙ) олинган сувнинг тахлил натижаларида қуйидагилар аниқланди: «Сохибқор» (МФЙ) олинган умумий намуналар сони 6 та бўлиб, улардан 1 таси яъни 16,7%, «Сарбозор» (МФЙ) олинган умумий намуналар сони 8 та бўлиб, улардан 2 таси яъни 25,0%, «Ўзбекистон» (МФЙ) эса олинган умумий намуналар сони 2 та бўлиб, улардан барчаси яъни 100% гигиеник меъёрларга мос келмаган (1-расм).

Ичимлик сув билан таъминланган аҳоли сони — 56,4%, ташиб келтириляётган 39,2%, қудуқ сув билан таъминланганлар сони 4,4% ташкил этади. Биз Нарпай туманида 2018–2020 йиллар давомида олинган намуналарнинг сони ва уларнинг гигиеник талабларга мослигини юқоридаги йиллар давомида ретроспектив тахлил қилдик ва қуйидаги маълумотларни олдик: ичимлик суви буйича энг кўп гигиеник талабларга мос келмаган намуналар 2018 ва 2022

йилнинг 6 ойлик натижалари кўрсатди яъни 13,1% ташкил этди. Олинган намуналардан энг кам гигиеник талабларга

жавоб бермаган намуналар 2020 йилда эканлиги ўрнатилди ва у 3,5% ташкил этди.



Расм. 1. Кимёвий кўрсаткичлар бўйича гигиеник таълабларга жавоб бермайдиган намуналар (2021 йил)

Хулоса: Кузатув йилларди сув маънбаларидан олинган намуналарнинг лаборатория текшириш натижалари тахлили эса шуни кўрсатди энг кўп гигиеник меъёрларга мос келмаган намуналар 2019 йилда олинган намуналар бўлиб 16,6%ни ташкил этди, энг кам гигиеник меъёрларга мос келмаган намуналарни эса 2020, 2021 ва 2022 йилнинг 6 ойликда олинган намуналар ташкил этди, бунда олинган барча намуналар гигиеник меъёрларга мос келган. Марказ-

лаштирилмаган сув маънбаларидан олинган намуналарнинг лаборатория текшириш натижаларда эса қуйидагилар аниқланди: энг кўп гигиеник меъёрларга мос келмаган намуналар 2022 йилнинг 6 ойликда олинган намуналар бўлиб, 11,6%ни ташкил этди, энг кам гигиеник меъёрларга мос келмаган намуналарни эса 2018 йилда олинган намуналар ташкил этди, бунда олинган барча намуналарнинг 5,5% гигиеник меъёрларга мос келмаган.

Адабиёт:

1. Гигиенические рекомендации по контролю за расходами питьевой воды в населенных пунктах Республики Узбекистан. — Ташкент, 2003. — 9 с.
2. Джангиров М. Дефицит питьевой воды в Узбекистане; проблемы и пути решения // Новости Узбекистана. — Ташкент, 2018.
3. Шеркузиева, Г. Ф. и др. Результаты санитарно-вирусологических исследований воды // International scientific review of the problems and prospects of modern science and education: XLII international scientific and practical conference. — Boston, 2018. — С. 114–116.
4. Шерқўзиева Г. Ф., Исроилова Г. М., Тиллаева Ш. О., Холбоев М. Т. Тоза ичимлик сувига эҳтиёж ортмоқда // Саломат бўлинг: тиббий, илмий оммабоп журнал. — Тошкент, 2019. — Б. 7.
5. Шерқўзиева Г. Ф., Каримжонов А., Мустанов А. Гигиеническая оценка качества питьевой воды // Молодой ученый. — Казань, 2016. — № 10. — Часть V. — С. 552–555.
6. Шерқўзиева Г. Ф., Бекмуратова С. Б. Оролбўйи аҳолисини ичимлик суви билан таъминлаш ҳолатини эколого-гигиеник баҳолаш // Молодой ученый. — Казань, 2021. — № 21 (363). — С. 622–624.

Автотранспорт билан шаҳар муҳитининг ифлосланиши

Шерқўзиева Гузал Фахритдиновна, тиббиёт фанлари номзоди, доцент;

Самигова Наргиз Раимовна, тиббиёт фанлари номзоди, доцент;

Аллаярова Гулнара Аманбаевна, магистратура талабаси;

Оразбоева Шахсонем Есенгелди қизи, магистратура талабаси

Тошкент тиббиёт академияси (Ўзбекистон)

Ушбу мақолада ташқи муҳит омилларидан бири бўлган атмосфера ҳавосининг асосий ифлослантирувчиларидан бири бўлган автотранспорт ва унинг ўзига хос томонлари тўғрисида маълумотлар берилган. Шу билан бирга автотранспортнинг аҳоли саломатлигига ва санитария турмуш тарзига таъсири сўровнома асосида ўрганилди.

Калит сўзлар: автотранспорт, анкета сўровномаси, атмосфера ҳавоси, касалланиш, гигиеник меъёр, саломатлик.

Загрязнение городской среды автотранспортом

Шеркузиева Гузаль Фахритдиновна, кандидат медицинских наук, доцент;

Самигова Наргиз Раимовна, кандидат медицинских наук, доцент;

Аллаярова Гулнара Аманбаевна, студент магистратуры;

Оразбоева Шахсонем Есенгелди кизи, студент магистратуры

Ташкентская медицинская академия (Узбекистан)

В данной статье даны особенности автомобильного транспорта как источника загрязнения атмосферного воздуха. А также данные анкетирования о влиянии автотранспорта на здоровье и санитарно-бытовые условия.

Ключевые слова: автотранспорт, опрос анкетирования, атмосферный воздух, заболеваемость, гигиенические нормы, здоровье.

Мавзунинг долзарблиги

Ҳозирги даврда инсон саломатлиги учун энг хавфли манбалардан бири автотранспорт воситаларидан чиқадиган заҳарли газлардир. Автомобиллар атмосфера ҳавосини ҳар хил заҳарли газлар билан ифлослашдан ташқари дунё аҳолисининг нафас олишига кетадиган килороддан 3–4 марта кўп килородни сарфлайди. Ҳар йили 1 та автомобил ўртача 4 тонна оксигенни ҳаводан олиб, ташқи муҳитга 800 кг ис гази, 40 кг азот оксиди ва 200 кг атрофида турли заҳарли моддалар, шу жумладан углеводородлар чиқариб ташлайди. Ҳозир жаҳон мамлакатларида 500 млн дан ортиқ автомобил борлиги назарга олинадиган бўлса, атмосфера ҳавосига чиқариб ташланадиган ифлосликлар миқдори жуда катта эканлигига ишонч ҳосил қилса бўлади.

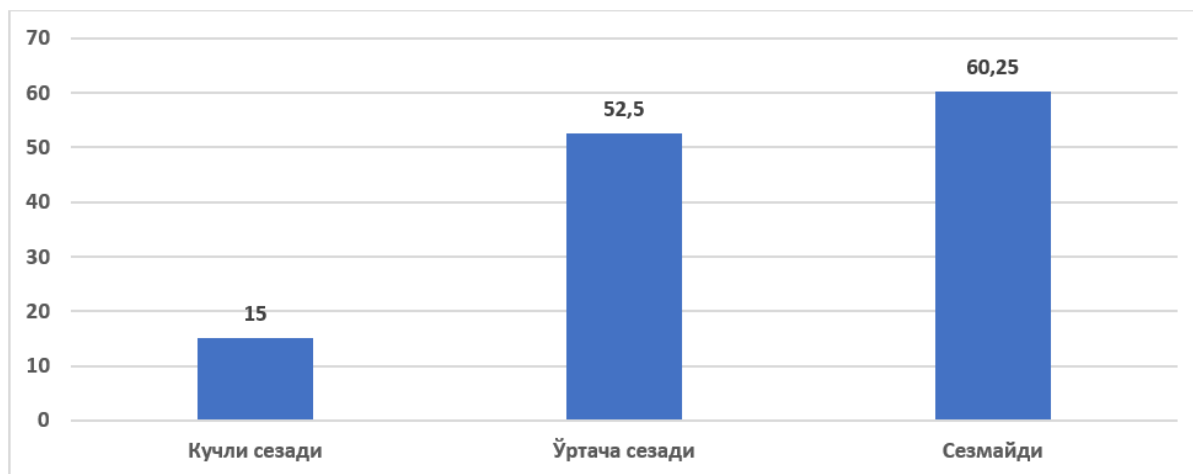
Автотранспорт воситалари атмосфера ҳавосини азот оксиди билан 45,7%, углеводородлар билан 42% зарарлантиради. Ер юзидаги жаъми бир йилда ҳавога чиқариб ташланадиган 100 млн тоннага яқин ис газининг 75,5 млн тоннаси ёки 78% автотранспорт воситаларига тўғри келади [1, 4]. Шаҳарлар ҳавосининг 60% заҳарли газлар билан ифлосланиши автотранспорт ҳисобига тўғри келади. 2021 йили энгил автомобиллар ишлаб чиқариш бўйича Хитой (16 158 178), АҚШ (6 183 778), Япония (5 419 992) ва Ҳиндистон (2 826 191) давлатлари етақчи бўлган. Транспорт воситаларининг кундан кунга кўпайиб бориши, қудратли механизмларнинг яратилиши ва ундан кенг қўламда фойдаланиш атмосфера ҳавосига салбий таъсир кўрсатиб, унинг

бузилишига сабаб бўлмоқда. Ўзбекистонда аҳоли жон бошига автомобиллар сони кескин ошмоқда. Ушбу кўрсаткич сўнгги йил давомида 14,5% га ошди.

2021 йилнинг 1 январь ҳолатига Ўзбекистон Республикасида жисмоний шахсларга тегишли бўлган автотранспорт воситаларининг сони 2.955.295 тани ташкил этган. Сўнгги 5 йилда шахсий автомобиллар сони ўсиш кескин ортиб бормоқда хусусан Давлат статистика марказининг берган маълумотларига кўра 2015 йилда — 2 109 185 та; 2016 йилда — 2 191 231 та (3,8%); 2017 йилда 2 273 419 та (3,7%); 2018 йилда — 2 440 276 та (7,3%); 2019 йилда — 2 580 133 та (5,7%) га ошган. Шаҳарларда транспорт воситаларининг кўпаяётганлиги баробарида улардан атроф-муҳитга ташланаётган зарарли ва заҳарли газлар сифат ва миқдор жиҳатдан кўпайиб бормоқда. Маълумотларга кўра Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Фарғона шаҳарларида ҳаво ифлосланишининг 80% дан ортиғи автотранспорт ҳиссасига тўғри келмоқда. Чиқинди газларининг тарқалишини аниқ ўрганиш учун махсус кузатувлар ташкил этилади [3, 5]. Магистраллар ва унга яқин бўлган худудларда атмосфера ҳавосининг ифлосланиш даражасини баҳолаш чиқинди газларининг асосий ифлослантирувчи моддалари (углерод оксиди, азот икки оксиди, углеводород, формальдегид, 3,4 бензопирен, қурум ва қўргошин бирикмалари) аниқланади. Кузатув натижасида аралашмалар концентрацияси (максимал ва бир маротабалик) тарқалиши яъни яшаш мавзейларида, автомагистрал олди худудларида, яшаш минтақасида

аниқланди [2, 6]. Ҳозирги кунда Тошкент шаҳрида 65 дан ортиқ чорраҳаларда (2010 йил кўрсаткичи бўйича 30 дан ортиқ) бўлса автомашиналар тирбандлиги соат 8:00 дан 9:00 гача туш вақти 12.00 дан 13.00 гача ва кеч соат 17.00 дан 19.00 гача 10–15 баъзан 20 минутгача тирбанд ҳолатларини кунда гувоҳи бўламиз.

Текшириш натижалари: Юқоридагилардан келиб чиқиб биз шаҳар атмосфера ҳавосининг ифлосланиши ҳолатини сўровнома ўтказиб баҳоладик ва қуйидаги натижаларни олдик: ҳаво бассейнининг ифлосланиш даражасини қай тарзда сезиши сўралганда: кучли сезувчилар 12 та (15,0%), ўртача сезувчилар 42 та (52,5%) ва сезмайдиغانлар 5 та (6,25%) ташкил этди.



Расм. 1. Иштирокчиларнинг атмосфера ҳавосининг ифлосланишини сезиш ҳолати (%)

Олинган натижалар таҳлилидан кўриниб турибдики асосий иштирокчилар атмосфера ҳавосини ифлосланишини ўртача сезишларини кўрсатиб ўтганлар. Атмосфера ҳавосининг ифлосланиши қандай намоён бўлиши ҳақида сўралганда иштирокчилар қуйидагича жавоб бердилар: ўзларини нохуш сезадилар 16 та иштирокчи (20,0%), бош

оғришини кўрсатганлар 28 та (35,0%), бош айланиши 10 та (12,5%), нафас сиқишини эса 15 та (18,75%), дераза ойналарининг тез ифлосланиши эса 27 та (33,75%), хоналарнинг шамоллатилишини чекланишини эса 9 та (11,25%) ва башқа кўринишдаги намоён бўлишини 4 та (5,0%) иштирокчилар кўрсатиб ўтишган.



Расм. 2. Атмосфера ҳавосининг ифлосланишини намоён бўлиши (%)

Анкета сўровномасида иштирок этганларнинг саломатлик ҳолатини билиш учун берилган саволларга улар қуйидагича жавоб берганлар, яъни юрак қон томир касалликлари билан касалланганлар 9 та (11,25%), нафас олиш тизими касалликлари 15 та (18,75%), тери таносил касллик-

лари 4 та (5,0%), ошқозон ичак касалликлари билан эса 7 та (8,75%), аллергия касалликлар билан 14 та (17,5%), онкологик касалликлар 2 та (2,5%), бошқа касалликлар билан эса 4 та (5,0%) ва ушбу саволга жавоб бермаганлар 15 та (18,75%) ни ташкил этди. Ушбу савол бўйича олинган

натижалар тахлили шуни кўрстадики аллергия ва нафас олиш тизими касалликлари энг кўпчиликни ташкил этди. Сўровнома иштирокчилари дераза ойналарининг тез ифлосланиши эса 27 та (33,75%) ва бош оғришини 28 та (35,0%) энг кўп кўрсатганлар.

Адабиёт:

1. Атаниязова Р.А. и др. Загрязнение атмосферного воздуха и заболеваемость населения г. Ташкента. // Вестник Ташкентской медицинской академии. — 2011. — № 4. — С. 107–110.
2. Зайцева Н. В. и др. Влияние на здоровье населения выбросов свинца автотранспортом // Гигиена и санитария. — 1999. — № 3. — С. 3–4.
3. Отабоев Ш., Эргашев Ф., Қаюмходжаева Ё., Нормаматов Ш. Атмосфера ҳавосининг экологияси ва саломатлик муаммолари (Тоза ҳаво танга даво). — Тошкент, 2008. — 78 б.
4. Шеркузиева Г. Ф., Сайфутдинова З. А., Умурзакова Д. А., Мустанов Ж. А. Гигиеническая оценка воздушного бассейна г. Ташкента // Молодой ученый. — 2016. — № 8–6 (112). — С. 35–37.
5. Шерқўзиева Г. Ф., Саломова Ф. И., Садуллаева Х. А. Атмосфера ҳавосининг санитар ҳолати ва аҳоли саломатлиги // Биология ва тиббиёт муаммолари. — Самарқанд, 2020. — № 4.1 (121). — С. 238–242
6. Шеркузиева Г. Ф. Загрязнение атмосферного воздуха и здоровья // Современные достижения и перспективы развития охраны здоровья населения: II Международная научно-практическая онлайн конференция. — Ташкент, 2020. — С. 170.

Хулоса: Кузатув минтакалари аҳолисининг умумий касалликлари ҳолати ўрганилганда нафас олиш тизими касалликлари бошқа нозологик формаларга нисбатан кўп қайд этилганлиги аниқланди.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 4 (451) / 2023

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77–38059 от 11 ноября 2009 г.,
выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
ISSN-L 2072-0297
ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый». 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.
Номер подписан в печать 08.02.2023. Дата выхода в свет: 15.02.2023.
Формат 60 × 90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.
Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.
E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>
Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.