



НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

№ 1 (46). ЯНВАРЬ 2020 ГОДА



НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
ИЗДАТЕЛЬСТВА «ПРОБЛЕМЫ НАУКИ»
[HTTPS://SCIENTIFICMAGAZINE.RU](https://scientificmagazine.ru)



9 772413 708002

ISSN 2413-7081 (Print)
ISSN 2542-0801 (Online)

Научный журнал

№ 1 (46), 2020

Москва
2020



Научный журнал

№ 1 (46), 2020

Российский импакт-фактор: 0,12

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Главный редактор: Вальцев С.В.

Заместитель главного редактора: Ефимова А.В.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Абдуллаев К.Н. (д-р филос. по экон., Азербайджанская Республика), *Алиева В.Р.* (канд. филос. наук, Узбекистан), *Абдуллаев Н.Н.* (д-р экон. наук, Азербайджанская Республика), *Аликулов С.Р.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Ананьева Е.П.* (д-р филос. наук, Украина), *Асатурова А.В.* (канд. мед. наук, Россия), *Аскарходжаев Н.А.* (канд. биол. наук, Узбекистан), *Байтасов Р.Р.* (канд. с.-х. наук, Белоруссия), *Бакико И.В.* (канд. наук по физ. воспитанию и спорту, Украина), *Бахор Т.А.* (канд. филол. наук, Россия), *Баулина М.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Блейх Н.О.* (д-р ист. наук, канд. пед. наук, Россия), *Боброва Н.А.* (д-р юрид. наук, Россия), *Богомоллов А.В.* (канд. техн. наук, Россия), *Бородай В.А.* (д-р социол. наук, Россия), *Волоков А.Ю.* (д-р экон. наук, Россия), *Гавриленкова И.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Гарагонич В.В.* (д-р ист. наук, Украина), *Глуценко А.Г.* (д-р физ.-мат. наук, Россия), *Гринченко В.А.* (канд. техн. наук, Россия), *Губарева Т.И.* (канд. юрид. наук, Россия), *Гутникова А.В.* (канд. филол. наук, Украина), *Датий А.В.* (д-р мед. наук, Россия), *Демчук Н.И.* (канд. экон. наук, Украина), *Дивненко О.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Дмитриева О.А.* (д-р филол. наук, Россия), *Доленко Г.Н.* (д-р хим. наук, Россия), *Есенова К.У.* (д-р филол. наук, Казахстан), *Жамулдинов В.Н.* (канд. юрид. наук, Казахстан), *Жолдошев С.Т.* (д-р мед. наук, Кыргызская Республика), *Зеленков М.Ю.* (д-р полит. наук, канд. воен. наук, Россия), *Ибадов Р.М.* (д-р физ.-мат. наук, Узбекистан), *Ильинских Н.Н.* (д-р биол. наук, Россия), *Кайракбаев А.К.* (канд. физ.-мат. наук, Казахстан), *Кафтаева М.В.* (д-р техн. наук, Россия), *Киквидзе И.Д.* (д-р филол. наук, Грузия), *Клинов Г.Т.* (PhD in Pedagogic Sc., Болгария), *Кобланов Ж.Т.* (канд. филол. наук, Казахстан), *Ковалёв М.Н.* (канд. экон. наук, Белоруссия), *Кравцова Т.М.* (канд. психол. наук, Казахстан), *Кузьмин С.Б.* (д-р геогр. наук, Россия), *Куликова Э.Г.* (д-р филол. наук, Россия), *Курманбаева М.С.* (д-р биол. наук, Казахстан), *Курпаянц К.И.* (канд. экон. наук, Узбекистан), *Линькова-Даниельс Н.А.* (канд. пед. наук, Австралия), *Лукиенко Л.В.* (д-р техн. наук, Россия), *Макаров А.Н.* (д-р филол. наук, Россия), *Мацаренко Т.Н.* (канд. пед. наук, Россия), *Мейманов Б.К.* (д-р экон. наук, Кыргызская Республика), *Мурадов Ш.О.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Мусаев Ф.А.* (д-р филос. наук, Узбекистан), *Набиев А.А.* (д-р наук по геоинформ., Азербайджанская Республика), *Назаров Р.Р.* (канд. филос. наук, Узбекистан), *Наумов В.А.* (д-р техн. наук, Россия), *Овчинников Ю.Д.* (канд. техн. наук, Россия), *Петров В.О.* (д-р искусствоведения, Россия), *Радкевич М.В.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Рахимбеков С.М.* (д-р техн. наук, Казахстан), *Розыходжаева Г.А.* (д-р мед. наук, Узбекистан), *Романенкова Ю.В.* (д-р искусствоведения, Украина), *Рубцова М.В.* (д-р социол. наук, Россия), *Румянцев Д.Е.* (д-р биол. наук, Россия), *Самков А.В.* (д-р техн. наук, Россия), *Саньков П.Н.* (канд. техн. наук, Украина), *Селитренникова Т.А.* (д-р пед. наук, Россия), *Сибирцев В.А.* (д-р экон. наук, Россия), *Скрипко Т.А.* (д-р экон. наук, Украина), *Сопов А.В.* (д-р ист. наук, Россия), *Стрекалов В.Н.* (д-р физ.-мат. наук, Россия), *Стукаленко Н.М.* (д-р пед. наук, Казахстан), *Субачев Ю.В.* (канд. техн. наук, Россия), *Сулейманов С.Ф.* (канд. мед. наук, Узбекистан), *Трегуб И.В.* (д-р экон. наук, канд. техн. наук, Россия), *Упоров И.В.* (канд. юрид. наук, д-р ист. наук, Россия), *Федоськина Л.А.* (канд. экон. наук, Россия), *Хитлухина Е.Г.* (д-р филос. наук, Россия), *Цуцулян С.В.* (канд. экон. наук, Республика Армения), *Чиладзе Г.Б.* (д-р юрид. наук, Грузия), *Шамишина И.Г.* (канд. пед. наук, Россия), *Шарипов М.С.* (канд. техн. наук, Узбекистан), *Шевко Д.Г.* (канд. техн. наук, Россия).

Подписано в печать:

17.01.2020

Дата выхода в свет:

20.01.2020

Формат 70x100/16.

Бумага офсетная.

Гарнитура «Таймс».

Печать офсетная.

Усл. печ. л. 7,15

Тираж 1 000 экз.

Заказ № 3005

ИЗДАТЕЛЬСТВО

«Проблемы науки»

Территория

распространения:

зарубежные страны,

Российская

Федерация

Журнал

зарегистрирован

Федеральной службой

по надзору в сфере

связи, информационных

технологий и массовых

коммуникаций

(Роскомнадзор)

Свидетельство

ПИ № ФС77 - 63075

Издается с 2015 года

Свободная цена

Содержание

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ	5
<i>Коваленко Н.И., Аноховская И.В., Суворова Д.Р. ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОТ ПУТЕВОГО ХОЗЯЙСТВА ОАО «РЖД» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИСТЕМЫ ЕК АСУИ</i>	<i>5</i>
<i>Сатыбалдиев А.А., Таштай Е.Т. АНАЛИЗ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ НЕЙРОСЖАТИЯ ДЛЯ ТЕЛЕМЕТРИЧЕСКИХ ЗАДАЧ КОСМИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ.....</i>	<i>10</i>
<i>Повх А.В. УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОПУСКНОЙ СПОСОБНОСТИ ГАЗОПРОВОДОВ.....</i>	<i>13</i>
<i>Кузнецов Н.Д. ВЫСОКОЧАСТОТНОЕ НАВЯЗЫВАНИЕ И ОБЛУЧЕНИЕ</i>	<i>16</i>
<i>Скороходкина Л.М. ДИАГНОСТИКА САХАРНОГО ДИАБЕТА ВТОРОГО ТИПА МЕТОДОМ ИК-СПЕКТРОСКОПИИ</i>	<i>18</i>
ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ	20
<i>Ваганов М.С. КОНЦЕПЦИЯ ПАНСЛАВИЗМА СЛАВЯНОФИЛОВ В ЭКСТЕРЬЕРЕ ЭПОХИ 19 ВЕКА</i>	<i>20</i>
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ.....	24
<i>Мусайханова Э.Ш. АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПАРАМЕТРОВ КРЕДИТНОГО СЕГМЕНТА РОССИЙСКОГО БАНКОВСКОГО РЫНКА</i>	<i>24</i>
<i>Корягина Е.А. БРЕНД КАК ОСНОВА УСПЕШНОГО СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА, НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ «ООО КУПИШУЗ LAMODA</i>	<i>28</i>
<i>Орехова К.А. СОВРЕМЕННОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО</i>	<i>31</i>
<i>Кылычбекова М.К. ПРОДВИЖЕНИЕ БУМАЖНЫХ КНИГ НА РЫНКЕ</i>	<i>38</i>
<i>Слепцова Ю.Н. ВИДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТОВАРА</i>	<i>42</i>
<i>Вышегородцева Т.В. МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРОЦЕССА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ</i>	<i>46</i>
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	52
<i>Seit-Asan F.E., Umirboyeva Sh.F., Khakimov Kh.I. PECULIARITIES OF TEACHING WRITING.....</i>	<i>52</i>
<i>Мусаева М.А. ПРОИСХОЖДЕНИЕ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА.....</i>	<i>54</i>
ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ.....	56
<i>Приймак А.А. МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СТАТУС ГЛАВЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ</i>	<i>56</i>
<i>Субботина А.В. СОСТОЯНИЕ, ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ПРЕСТУПНОСТИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ</i>	<i>59</i>

<i>Ершова И.М.</i> УЧАСТИЕ АДВОКАТА-ЗАЩИТНИКА В УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОМ ДОКАЗЫВАНИИ НА СТАДИИ ВОЗБУЖДЕНИЯ УГОЛОВНОГО ДЕЛА.....	63
<i>Дворецкая Е.С.</i> ПРАВОВОЙ СТАТУС НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНЕГО КАК СУБЪЕКТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	67
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ.....	69
<i>Цымбал А.С.</i> ВЛИЯНИЕ ПОДВИЖНЫХ ИГР НА РАЗВИТИЕ КООРДИНАЦИОННЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ШКОЛЬНИКОВ 12 - 14 ЛЕТ С УМЕРЕННОЙ УМСТВЕННОЙ ОТСТАЛОСТЬЮ	69
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ.....	71
<i>Перегуда С.Н.</i> МЕТОДИКА РАЗВИТИЯ И КОРРЕКЦИИ ОБРАЗА «Я» В СМЫСЛОВОЙ НЕЙРОПСИХОЛОГИИ	71
<i>Перегуда С.Н., Реброва Е.А.</i> СХЕМА ПРОВЕДЕНИЯ КОРРЕКЦИОННО-РАЗВИВАЮЩЕГО ЗАНЯТИЯ В СМЫСЛОВОЙ НЕЙРОПСИХОЛОГИИ.....	76
ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ.....	80
<i>Churakova E.D.</i> THE CONFLICT IN MYANMAR (BURMA) - A NEW ARENA OF SINO-AMERICAN COLLISION	80
КУЛЬТУРОЛОГИЯ	85
<i>Хилтухина Е.Г.</i> ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КОРЕННЫХ НАРОДОВ, СОСТАВЛЯЮЩИХ ЭТНИЧЕСКИЙ СУБСТРАТ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ.....	85

ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОТ ПУТЕВОГО ХОЗЯЙСТВА ОАО «РЖД» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИСТЕМЫ ЕК АСУИ

Коваленко Н.И.¹, Аноховская И.В.², Суворова Д.Р.³

¹Коваленко Николай Иванович – доктор технических наук, профессор;

²Аноховская Инна Валерьевна – студент;

³Суворова Дарья Романовна - студент,
кафедра пути и путевого хозяйства,

Российский университет транспорта РУТ (МИИТ),
г. Москва

Аннотация: созданная в ОАО «РЖД» информационно-аналитическая система ЕК АСУИ предназначена для реализации единой информационной среды. Она обеспечивает и упрощает планирование путевых работ, направлена на оптимизацию экономических расходов (ресурсосбережение), обеспечение контроля пути в исправном состоянии.

В статье проанализирована структура единой корпоративной автоматизированной системы управления инфраструктурой (ЕК АСУИ), описана взаимосвязь ее подсистем.

Ключевые слова: единая корпоративная автоматизированная система управления инфраструктурой (ЕК АСУИ), подсистемы и компоненты.

УДК: 625.173.1

В настоящее время в инфраструктуре ОАО «РЖД» стоимость содержания основных фондов достигает 30% от суммы всех расходов железнодорожного транспорта. Следовательно, оптимизация расходов на содержание инфраструктуры является одной из ключевых задач. Немаловажным обстоятельством сложившегося современного состояния инфраструктуры вызвано результатами многолетнего недофинансирования, которое привело к увеличению износа основных фондов. В результате в настоящее время эксплуатационная инфраструктура ОАО «РЖД» не отвечает условиям безопасности и устойчивой организации перевозочного процесса. Значительный рост цен на материалы сказался на увеличении себестоимости ремонтов.



Рис. 1. Управление процессами содержания инфраструктуры

Управление инфраструктурой является сложной задачей, которая требует целого комплекса решений. Модель эффективного управления процессами содержания инфраструктуры показана на рисунке 1 и заключается в слаженной работе всех составляющих.

Совокупность объекта управления и органа управления образует систему управления. Действия органа управления всегда направлены на улучшение или поддержания работы объекта. В роли органа управления выступает человек или техническое устройство. Объектом управления являются процессы содержания эксплуатационной инфраструктуры.

Для облегчения и повышения качества работы структурных подразделений и хозяйственных отношений, актуальной задачей является совершенствование системы управления эксплуатационной инфраструктурой. Решением является применение современных информационных технологий и разработка автоматизированной системы управления.

Единая корпоративная автоматизированная система управления инфраструктурой (ЕК АСУИ) – это человеко-машинная система, обеспечивающая эффективное функционирование объекта, в которой сбор и обработка информации осуществляется с применением средств автоматизации и вычислительной техники. Часть ЕК АСУИ, выделенная по определенному признаку управления, называется подсистемой. ЕК АСУИ представляет собой иерархию подсистем, которая ориентирована на достижение определенных целей.

ЕК АСУИ является единой информационной моделью для всех инфраструктурных хозяйств, в том числе и хозяйства пути и сооружений.

Главной функцией управления содержанием эксплуатационной инфраструктуры ОАО «РЖД» является обеспечение работоспособного состояния сооружений, устройств, механизмов и оборудования, безопасного для движения поездов с рационально обоснованными экономически скоростями движения поездов и осевыми нагрузками при оптимальном соотношении эксплуатационных затрат на содержание [1].

ЕК АСУИ - как система предназначена для оперативного решения задач управления и информационного обеспечения бизнес-проектов по техническому обслуживанию объектов эксплуатационной инфраструктуры ОАО «РЖД».

Целями создания ЕК АСУИ являются:

- поддержка реформирования инфраструктурного комплекса ОАО «РЖД»;
- повышение экономической эффективности процессов содержания инфраструктуры, что может быть достигнуто путем автоматизации и оптимизации функций планирования и учета всех видов ресурсов;
- оптимизация процессов, создание единого источника информации о функционировании процессов инфраструктуры;
- обеспечение прозрачности процессов, реализуемое за счет создания единого источника информации о функционировании процессов содержания инфраструктуры на всех уровнях деятельности;
- повышение управляемости и эффективности управленческих решений;
- повышение безопасности движения, что достигается за счет создания инструмента для реализации системного контроля следования требованиям безопасности движения.

Система построена на платформе программного продукта компании IBM – IBM Maximo и реализует свои функции с помощью входящих в нее подсистем и компонентов, тесно связанных между собой. Консолидация сотен АРМов в единое современное решение обеспечивает эффективную поддержку и развитие инфраструктуры.

Основные подсистемы и компоненты ЕК АСУИ [1]:

- Единая технологическая база объектов эксплуатационной инфраструктуры (ЕТБ);

- Единая система мониторинга и диагностики объектов эксплуатационной инфраструктуры (ЕК АСУИ ДМ);
- Типовая система управления инцидентами на объектах инфраструктуры (ТСИ);
- Типовая система управления текущим содержанием инфраструктуры (ТС-2);
- Система оценки и прогнозирования состояния объектов инфраструктуры (СОПС), сводная корпоративная отчетность (СКО).
- Технологические автоматизированные системы управления (АСУ) хозяйств;
- Геоинформационная система (ГИС);
- ESB – это единая сервисная шина, связующее программное обеспечение, обеспечивающее обмен между информационными системами;
- Электронный архив технической документации (ЭАТД);
- Система центрального хранения и предоставления нормативно-справочной информации (ЦНСИ).

Функциональная схема ЕК АСУИ представлена на рисунке 2.

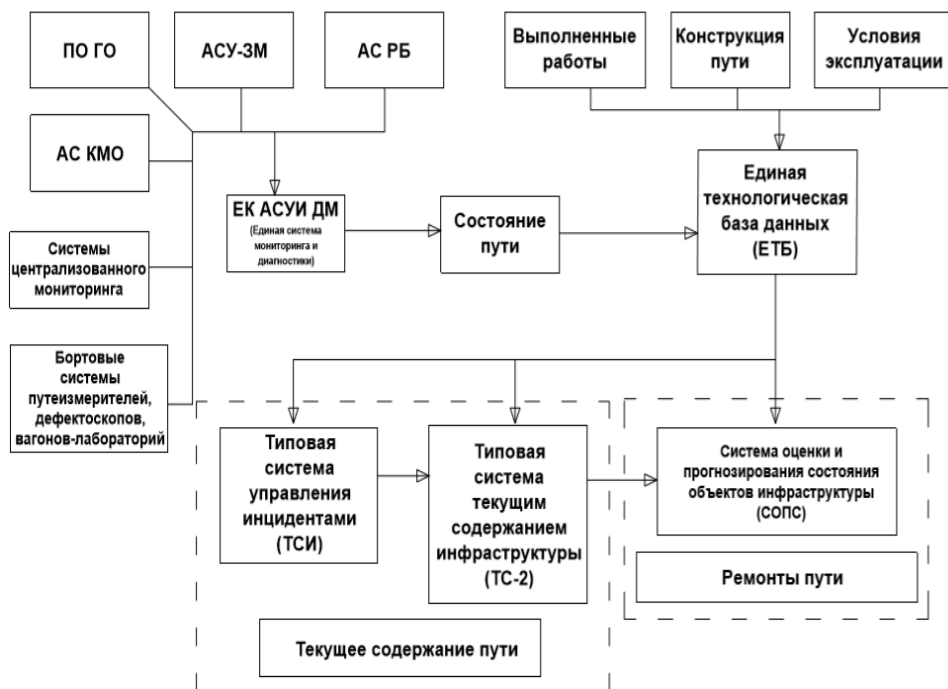


Рис. 2. Функциональная схема ЕК АСУИ

Основой для функционирования системы ЕК АСУИ является Единая технологическая база объектов инфраструктуры (ЕТБ), предназначенная для хранения подробных характеристик объектов инфраструктуры и их связей на физическом и логическом уровне, в соответствии с информационной моделью. Каждый пользователь системы ЕТБ имеет свою зону ответственности, на которую распространяется его полномочия.

ЕТБ позволяет решать задачи по:

- формированию и ведению общей информационной модели эксплуатационной инфраструктуры;
- формированию единого описания объектов и связей между ними;
- формированию и ведению единой нормативно-справочной информации и геоинформационной составляющей;

- формированию единого интерфейса для ручного или автоматизированного ведения данных.

Схема взаимодействия ЕТБ с внешними системами показана на рисунке 3.



Рис. 3. Схема взаимодействия ЕТБ с внешними системами

Единая система мониторинга и диагностики объектов инфраструктуры (ЕК АСУИ ДМ) создана для мониторинга и диагностики объектов инфраструктуры. Источниками данных для работы ЕК АСУИ ДМ являются:

- системы централизованного мониторинга состояния объектов;
- бортовые системы мобильных средств диагностики (вагоны-путеизмерители, дефектоскопные средства, вагоны-лаборатории);
- различные осмотры состояния объектов инфраструктуры;
- автоматизированные системы управления безопасностью движения (АС РБ);
- автоматизированные системы комиссионных месячных осмотров (АС КМО);
- автоматизированные системы замечаний машинистов (АСУ ЗМ).

Типовая система управления инцидентами (ТСИ) предназначена для автоматизации процессов управления устранением неисправностей и предотказных состояний (инцидентов) на объектах хозяйств инфраструктуры.

Целями подсистемы являются процессы деятельности отраслей инфраструктуры в части управления работами по ликвидации неисправностей и инцидентов.

Задачами ТСИ являются:

- регистрация инцидентов в ЕТБ и ТС-2;
- предоставление исполнителям информации для устранения инцидентов;
- организация устранения инцидентов, регистрация устранения;
- контроль состояния работ по восстановлению работоспособности объектов;
- предоставление информации хозяйствам о состоянии процесса устранения инцидента.

Типовая система управления текущим содержанием объектов эксплуатационной инфраструктуры (ТС-2) предназначена для автоматизации управления текущим содержанием инфраструктуры и планово-предупредительными ремонтами.

С ее помощью решаются следующие задачи:

- ведение нормативно – справочной информации, а также ведение технологических карт по видам работ;
- годовое, месячное и оперативное планирование работ по текущему содержанию;
- управление работами на эксплуатационных объектах;
- управление персоналом (формирование потребности в трудозатратах; назначение персонала на работы; фактический учет трудозатрат при выполнении работ);
- управление материально-техническими ресурсами (МТР);
- формирование отчетности по объектам.

Система оценки и прогнозирования состояния объектов инфраструктуры (СОПС) помогает сформировывать оптимальный, с точки зрения экономики, план работ по текущему содержанию объектов инфраструктуры.

СОПС на основе собранных данных об объектах инфраструктуры и современных методологий управления надежностью позволяет производить комплексный анализ и оценку состояния инфраструктуры, проводить прогнозирование и определить вероятности безотказной работы, а также риски возникновения отказов.

Система позволяет перейти от стратегии обслуживания, основанной на планово-предупредительных ремонтах, к более современной системе обслуживания по фактическому состоянию объектов, что заметно сокращает расходы на содержание.

В ЕК АСУИ содержится информация более чем 15 миллионов инфраструктурных объектах и их состоянии, инцидентах и работах, с которой работают более 20 тысяч пользователей. ЕК АСУИ является одной из самых крупных на сегодняшний день инфраструктурных АСУ в мире.

Дальнейшее развитие ЕК АСУИ предполагает:

- создание унифицированного мобильного рабочего места ЕК АСУИ с использованием современных мобильных устройств;
- разработка типового решения по управлению натурными осмотрами;
- создание единого решения по диагностике и мониторингу;
- автоматизация производственного планирования и создание системы оценки результатов работы инфраструктурных предприятий с использованием КРІ («Key performance indicators» - ключевые показатели);
- разработка системы оценки и прогнозирования состояния инфраструктуры с использованием математического моделирования.

Можно сделать вывод, что реализация стратегии информационных технологий ОАО «РЖД» позволит создать перспективную высокотехнологичную цифровую платформу, обеспечивающую единое информационное пространство ведения бизнеса.

Список литературы

1. Единая корпоративная автоматизированная система управления инфраструктурой (ЕК АСУИ). Концепция. / Распоряжение ОАО «РЖД» от 12.09.2011 г.
 2. Положение о системе ведения путевого хозяйства ОАО «РЖД» / Распоряжение ОАО «РЖД» № 3212 р от 31.12.2015 г. 94 с.
 3. Автоматизированная система управления путевым хозяйством железнодорожного транспорта (АСУ-П). Концепция. М.: МПС России, 2001.
 4. Методика планирования и учета выполнения работ в дистанции пути / Распоряжение ОАО «РЖД» № 1830 от 07.09.2016.
-

АНАЛИЗ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ НЕЙРОСЖАТИЯ ДЛЯ ТЕЛЕМЕТРИЧЕСКИХ ЗАДАЧ КОСМИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Сатыбалдиев А.А.¹, Таштай Е.Т.²

¹Сатыбалдиев Акжол Абдикерулы – магистрант,
кафедра электроники, телекоммуникации и космической технологии,
факультет космической техники и технологий;

²Таштай Ерлан Таштаевич - профессор, кандидат технических наук, заведующий кафедрой,
кафедра электроники, телекоммуникации и космической технологии,
Казахский национальный исследовательский технический университет им. К.И. Сатпаева,
г. Алматы, Республика Казахстан

Аннотация: в статье анализируется практическое применение нейрокомпрессии для задач космической телеметрии. Обосновывается запрос механизма получения телеметрической информации космическим аппаратом, анализируются преимущества этого подхода, для технической поддержки которого возможно создание аппаратного телеметрического хранилища. Описанные проблемы могут быть результатом применения методов системного анализа для определения общих принципов идеологии построения унифицированных средств обработки телеметрической информации. Предложено разработать методы обработки телеметрических данных и создать единую систему обработки телеметрической информации для централизованного управления полетом космического аппарата.

Ключевые слова: космические аппараты, телеметрия, космические командно-измерительные системы, аппаратное хранилище телеметрии.

В настоящее время объем информационного контента канала передачи телеметрической информации (ТМИ) с бортов космических аппаратов (КА) растет динамически и неуклонно. Это обстоятельство связано не только с усложнением процессов управления и жизнеобеспечения на борту КА, но и ростом потребности космических услуг во всех отраслях экономик. Телеметрическая информация [1] космического назначения – это совокупность технологий, позволяющая производить дистанционные измерения и сбор научных данных об объекте исследования (данные дистанционного зондирования Земли - ДДЗЗ) и информации о состоянии бортовых подсистем КА для предоставления оператору или пользователю. Основными требованиями при выполнении телеметрических задач космической системы являются надежность и устойчивость к сбоям и нештатным ситуациям [2].

С целью повышения надежности и устойчивости процесса приема и передачи телеметрической информации разработана требования к ТМИ КА в специальном стандарте CCSDC [3], где основным методом решения этих проблем является многократное резервирование аппаратных и программного обеспечения. Но, в последнее время с развитием позволяют учесть не только случайные характер сигналов, но и особенности затухания принимаемых и передаваемых сигналов, особенности функционирования конкретных подсистем КА и дальнейшее сжатие для снижения объемов передаваемой информации. Основной задачей при этом будет являться создание обучаемой и адаптируемой структуры управления ТМИ на основе имитационного моделирования (Рис. 1).

При разработке имитационного моделирования учтены следующие основные требования: обеспечение базовых задач передачи и приема как ТМИ, так и ДДЗЗ; предварительная и интеллектуальная обработка получаемых данных на борту КА; сжатие информации; сохранение информации при различных условиях работы аппаратных средств.

Средства получения телеметрических данных КА и данных ДЗЗ.

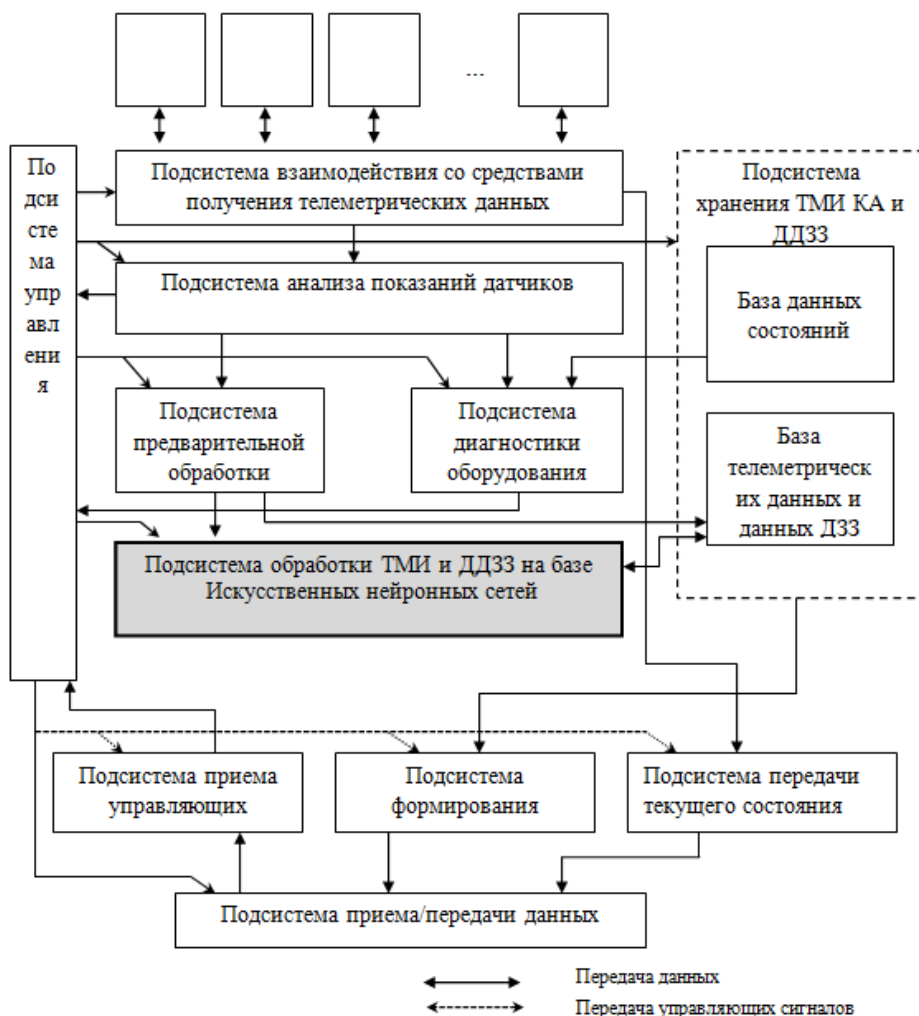


Рис. 1. Структура управления телеметрической информацией в соответствии с требованиями международного стандарта CCSDC¹

Практика использования подсистемы нейросетевой обработки ТМИ и ДДЗЗ [4] показывает, что данная подсистема состоит из следующих функциональных блоков – нейросетевой блок интерполяции траектории движения КА, который осуществляет интерполяцию траектория движения КА и позволяет получать векторы положения и скорости в промежутках движения КА, который позволяет осуществлять экстраполяцию траектории движения КА; блок управления положением и ориентацией КА, который предназначен для выработки управляющих воздействий на маховики КА с целью коррекции движения и положения КА; блок диагностирования подсистем КА, который предназначен для контроля работоспособности различных подсистем КА; блок управления приема и передачи данных дистанционного зондирования Земли, который предназначен для выполнения основного функционала полезной нагрузки. Вся получаемая БД информации со всех функциональных блоков в дальнейшем обрабатывается в нейросетевом блоке сжатия информации, который предназначен для сокращения и оптимизации объемов информации для передачи по

¹ 1 – CCSDC (Consultative Committee for Space Data Systems) – Консультативный Совет по космическим системам передачи данных.

каналам связи. Каждая из систем искусственного интеллекта состоит из трех компонент [3] – оценки массива данных, распределения весовых коэффициентов по значимости (принятие решений) и прогнозирование поведения каждого блока.

Алгоритмы сжатия ТМИ и ДДЗЗ можно использовать как универсальные, так и специализированные. В работе [4] рассматривается эффективность сжатия пяти алгоритмов – алгоритм, учитывающий корреляцию между нулевыми битами кадра данных; - алгоритм, учитывающий корреляции между единичными битами кадра данных; - алгоритм на основе гамма – кода Элиаса [5]; - алгоритм на основе дельта – кода Элиаса [5]; - алгоритм Кадана, поиск уже в найденных однородных областей. Для достижения наибольшего возможного значения коэффициента сжатия каждого кадра телеметрической информации, оптимальный алгоритм сжатия может выбираться путем оценки эффективности сжатия всех используемых в подсистеме обработки ТМИ и ДДЗЗ на базе ИНС (рис. 1).

Заключение

Таким образом, анализ практического применения нейронных сетей для телеметрических задач показывает, что устойчивое и значительное повышение приема-передачи телеметрической информации космического назначения, в частности данных дистанционного зондирования Земли, обеспечивается при активном использовании нейросетевого блока сжатия информации, которые может позволить сокращение и оптимизацию объемов информации в разы.

Список литературы

1. Современная телеметрия в теории и на практике: учебный курс. СПб.: Наука и техника, 2007.
 2. Dem`ianov A.V. Tekhnologii razrabotki aviatcionny`kh sistem s kritichny`mi trebovaniiami k bezopasnosti. MKA. № 3, 2007. S. 84-86.
 3. CCSDS 650.0-B-1 Reference Model for an Open Archival Information System (OAIS). Blue Book. Issue 1. Washington, D.C.: CCSDS, September, 2007.
 4. Ганченко В.В., Дудкин А.А., Инютин А.В., Марушко Е.Е., Поденок Л.П. Программная нейросетевая система контроля космической телеметрии. ISSN 1561-5359. «Искусственный интеллект», 2013. № 4.
 5. Universal codeword sets and representations of the integers (англ.) // IEEE Transactions on Information Theory (англ.) русск.: journal., 1975. March (vol. 21, № 2). P. 194-203. DOI:10.1109/tit.1975.1055349.
-

УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОПУСКНОЙ СПОСОБНОСТИ ГАЗОПРОВОДОВ

Повх А.В.

Повх Алексей Владимирович – магистр,
кафедра энергоэффективности газо- и теплоснабжения, климатотехники и водоснабжения,
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А., г. Саратов

Аннотация: в статье анализируется увеличение пропускной способности газопровода.

Ключевые слова: газ, газопровод, пропускная способность.

С необходимостью увеличения пропускной способности газопроводов приходится сталкиваться как в процессе проектирования, так и при эксплуатации их. Нарращивание пропускной способности обусловлено стадийностью ввода в эксплуатацию объектов газопровода. Большую роль также оказывают изменения, происходящие в направлении и мощности потоков газа вследствие открытия новых газовых месторождений, строительства новых промышленных предприятий, городов и т.п. В общем случае при увеличении пропускной способности системы, начальное и конечное давления могут изменяться. Это зависит от степени загруженности действующей части системы, от характеристик установленного основного оборудования, а также от того, потребуется или не потребуется расширения действующих КС.

Так как местоположение КС predetermined, то расчет увеличения пропускной способности приходится проводить, как правило, по каждому перегону между КС в отдельности. Рассмотрим некоторые возможные способы увеличения пропускной способности газопроводов.

Укладка параллельной нитки (лупинга) (рис. 1, а). До увеличения пропускной способности по газопроводу диаметром D_0 и длиной L перекачивали газ с расходом Q_0 при давлении в начале и конце трубопровода p_H и p_K , соответственно. Появилась необходимость увеличить пропускную способность данного газопровода до $Q > Q_0$ путем сооружения параллельной нитки (лупинга). С целью полного использования прочности труб давления p_H и p_K , оставляем теми же самыми. Таким образом, необходимо определить длину лупинга L_1 диаметром D_1 , обеспечивающую заданную степень увеличения пропускной способности $i = Q/Q_0$.

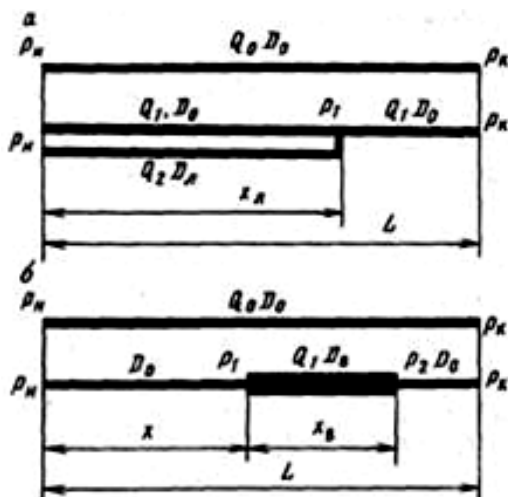


Рис. 1. Расчетная схема газопровода с лупингом (а) и вставкой (б) большего диаметра

Предполагаем, что режим течения изменяется незначительно, и считаем, что коэффициент гидравлического сопротивления до и после увеличения пропускной способности одинаков.

Из уравнений определяем необходимую длину лупинга. При известной длине лупинга находим другие параметры, например, диаметр лупинга или пропускную способность после укладки лупинга.

Предельно возможная длина лупинга $xl=L$, соответствует предельно возможной степени увеличения пропускной способности газопровода.

Из практических соображений лупинг лучше сооружать в конце трубопровода, так как давление там меньше и труба будет испытывать меньшие напряжения. Кроме того, установка лупинга в конце перегона способствует увеличению аккумулирующей способности газопровода.

Укладка вставки большего диаметра (рис. 1, б). Параметры газопровода до увеличения пропускной способности связаны между собой уравнением. Пропускная способность его должна быть увеличена до величины Q путем сооружения вставки большего диаметра DB . Пусть вставка длиной xv расположена на расстоянии x от начала газопровода.

Из этого выражения видно, что место расположения вставки (это же относится и к лупингам) не влияет на пропускную способность газопровода.

Удвоение числа КС. Чтобы увеличить пропускную способность газопровода путем увеличения числа КС, необходимо увеличить пропускную способность каждого перегона в равной мере, т.е. коэффициент увеличения числа КС для каждого перегона должен быть одинаковым целым числом (2, 3, 4,...). Однако в большинстве случаев экономически целесообразным является только удвоение числа КС.

До увеличения пропускная способность газопровода на участке между двумя соседними КС

В предположении неизменности режима течения после удвоения числа КС среднее расстояние между КС уменьшится в два раза, т.е.

Отсюда следует, что при удвоении числа КС пропускная способность газопровода возрастает приблизительно на 40%.

Таким образом, если заданная степень увеличения пропускной способности газопровода меньше 40% ($и < \sqrt{2}$), то возможными способами наращивания ее может быть прокладка лупинга или вставки большего диаметра. С точки зрения надежности предпочтение всегда отдают лупингу. Если заданная степень увеличения пропускной способности около 40% ($и \approx \sqrt{2}$), то в первую очередь следует рассмотреть способ удвоения числа КС; возможна также прокладка лупинга или вставки большего диаметра. Если заданная степень увеличения пропускной способности больше 40 % ($и > \sqrt{2}$), то следует применить комбинированный способ: удвоение числа КС и лупинг или вставка большего диаметра. И в этом случае, в ограниченных пределах возможно применение только лупинга или вставки большего диаметра.

Оптимальный способ увеличения пропускной способности газопровода определяют в каждом конкретном случае сопоставлением технико-экономических показателей конкурирующих вариантов.

Сооружение многониточных газопроводных систем. Магистральные газопроводы сооружают многониточными не только по соображениям надежности, но, главным образом, потому, что выпускаемые промышленностью трубы самого большого диаметра не могут обеспечить заданной пропускной способности. Поэтому многониточные газопроводы в большинстве случаев строят из труб одного диаметра.

Каждую последующую строящуюся нитку системы подключают частями по мере готовности. Она обеспечивает определенное наращивание пропускной способности, действуя как лупинг.

Список литературы

1. *Жила А.В.* Газовые сети и установки. Изд. Академия, 2005.
 2. *Брюханов О.Н.* Основы эксплуатации оборудования и систем газоснабжения: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2005. 256 с.
 3. Межотраслевые правила по охране труда при эксплуатации газового хозяйства организаций. Москва. «Издательство НЦЭНАС», 2007.
 4. Техническая эксплуатация газораспределительных систем. Основные положения ОСТ 153-39.-051-2003. Санкт-Петербург, 2005.
 5. Межотраслевые правила по охране труда при эксплуатации газового хозяйства организации. Санкт-Петербург, 2009.
 6. *Кязимов К.Г.* Устройство и эксплуатация газового хозяйства. Издательский центр «Академия», 2004.
-

ВЫСОКОЧАСТОТНОЕ НАВЯЗЫВАНИЕ И ОБЛУЧЕНИЕ

Кузнецов Н.Д.

Кузнецов Никита Дмитриевич – курсант,
кафедра информационной безопасности автоматизированных систем,
Краснодарское высшее военное училище им. генерала С.М. Штеменко, г. Краснодар

Аннотация: на сегодняшний день технические каналы утечки информации, обрабатываемой средствами вычислительной техники, возникающие посредством информационных наводок в сети их заземления и электропитания, представляют один из самых распространенных видов угроз информационной безопасности. Это является одним из ключевых факторов, свидетельствующих о заинтересованности лиц и организаций к обеспечению защиты средств вычислительной техники от высокочастотного навязывания и облучения. В данной статье будут рассмотрены основные понятия, связанные с данной угрозой, и проанализированы средства пространственного высокочастотного облучения.

Ключевые слова: высокочастотное облучение, электропитание, информационная безопасность, облучение, вычислительная техника.

Устройства высокочастотного навязывания и облучения являются внешними и используются с целью получения акустической информации из объекта посредством направления на него мощного остронаправленного луча электромагнитного высокочастотного облучения с последующим переизлученного и уже промодулированного сигнала на частотах высших гармоник.

В качестве переизлучающих объектов могут выступать обычные для данного помещения технические средства, обладающие так называемым микрофонным эффектом (паразитные акустоэлектрические преобразователи). К таким объектам обычно относят динамики бытовых громкоговорителей, акустические системы даже выключенной аудиоаппаратуры, телефонные аппараты с электрическим звонком и т.п.

Ключевые особенности, способные обеспечить возможность их (средств) обнаружения и локализации заключаются в том, что зондирующий сигнал является стабильным по частоте, его модуляция отсутствует, уровень неравномерен (более высокий в районе окон, существенно более низкий в коридоре и других помещениях).

Переизлученный сигнал соответствует по частоте высшим гармоникам зондирующего сигнала и имеет модуляцию акустическим фоном помещения. Исходя из этого, обнаружение таких средств осуществляется в сочетании с прослушиванием сигнала с последующей локализацией направления облучения.

Применительно к пространственному высокочастотному облучению основной для оператора является задача выявления факта создания этого искусственного канала добывания информации. Зачастую данная задача решается в два этапа. На первом этапе выявляется факт облучения помещения ВЧ сигналом. На втором этапе отслеживается отклик на зондирующий высокочастотный сигнал. При этом, как показывает изучение практики, необходимо ориентироваться на следующие основные факторы.

С целью обнаружения факта высокочастотного облучения необходимо поочередно обследовать потенциально опасные оконные проемы. Для этого необходимо поднести антенну прибора к внутреннему стеклу на расстояние 5-10 см, зафиксировать уровень и частоту наиболее мощного сигнала. Далее, как показывает практика, необходимо воспользоваться режимом работы приборов «на слух» и определить наличие и особенности демодулированного сигнала и оценить стабильность частоты излучения.

Для подтверждения (или отрицания) факта наличия опасного высокочастотного облучения в исследуемом помещении, необходимо перейти в любое из соседних помещений (ориентированных окнами в ту же сторону) и повторить проверку в районе каждого из его оконных проемов. Как показывает опыт, основанием для

принятия окончательного решения о факте высокочастотного облучения и о наличии в помещении переизлучающих предметов являются показания визуального индикатора поисковых приборов, а также результаты прослушивания «на слух». При этом в качестве основных демаскирующих признаков обычно рассматривают фиксацию номинала частоты, кратного максимум третьей гармонике облучающего сигнала, и идентификацию звукового сигнала в режиме прослушивания с акустическим фоном помещения.

Использование приборов для выявления атак на проводных линиях различного назначения является одним из важных направлений деятельности системной безопасности. Основными видами проводных линий, для анализа которых применяются рассматриваемые поисковые приборы, являются линии электросети (высокопотенциальные линии), а также абонентские телефонные линии и линии систем пожарной и охранной сигнализации (низкопотенциальные линии). Подключение к исследуемым линиям при использовании поисковых приборов осуществляется с использованием высокочастотных адаптеров или адаптеров проводных линий.

Список литературы

1. Бузов Г.А., Калинин С.В., Кондратьев А.В. Защита от утечки информации по техническим каналам. М., 2005.
 2. Павловский А.В., Макаров И.В., Шаров Д.А. Радиопередающие устройства. Ч. 1 и Ч. 2. Минск, 2006.
 3. Торокин А.А. Инженерно-техническая защита информации. М., 2005.
-

ДИАГНОСТИКА САХАРНОГО ДИАБЕТА ВТОРОГО ТИПА МЕТОДОМ ИК-СПЕКТРОСКОПИИ

Скороходкина Л.М.

Скороходкина Лия Михайловна – магистрант,
физико-технический институт,

Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск

Аннотация: в данной работе мы использовали инфракрасную спектроскопию в качестве нового диагностического инструмента. Исследовали ИК-спектры проб ротовой жидкости (слюны), собранных от пациентов с сахарным диабетом ($n = 13$) и здоровых ($k = 12$).

Ключевые слова: инфракрасная спектроскопия, сахарный диабет.

На сегодняшний день сахарный диабет является самой распространенной гормональной патологией. По данным Международной диабетической федерации в мире порядка 415 миллионов людей в возрасте от 20 до 79 лет больны диабетом, причем половина из них не знает о своем диагнозе.

Сахарный диабет является важной медико-социальной проблемой в связи с высокой, постоянно растущей распространенностью заболевания среди всех слоев населения, а также с развитием осложнений, представляющих основную угрозу жизни больных диабетом.

В настоящее время для диагностики сахарного диабета важную роль играют лабораторные методы исследования и правильная их интерпретация.

Целью работы является разработка экспресс-диагностики сахарного диабета методом ИК – спектроскопии. В данной работе мы исследовали ИК-спектры поглощения проб ротовой жидкости (слюны), собранных от пациентов с сахарным диабетом ($\Pi = 13$) и здоровых ($K = 12$) в возрасте от 6 до 75 лет женского и мужского пола. Исследования проводились на ИК-Фурье спектрометре Paragon 1000 (Perkin-Elmer, США).

Забор слюны объемом около 3 мл у пациентов брали утром до еды в стерильные стеклянные банки. После высушивания и перемешивания в агатовой ступке с бромид калием прессовали в гидравлическом прессе. Полученную таблетку закрепляли в держателе и помещали в спектрометр. ИК-спектр поглощения проводили в диапазоне от 4000 до 400 см^{-1} с разрешением 4 см^{-1} .

В ходе исследования ИК-спектров поглощения слюны получено, что для здоровых людей характерно симметричное расщепление полосы поглощения с максимумом 1550 см^{-1} , отвечающей колебаниям группы амид II, на полосы поглощения 1542 и 1560 см^{-1} . Данное расщепление Аверин и соавторы [1] в своем патенте предлагают использовать как маркер, позволяющий диагностировать сахарный диабет второго типа. Для людей с сахарным диабетом на ИК-спектрах полос поглощения слюны такого расщепления не наблюдается. Это связано с тем, что при сахарном диабете изменяется как качественный, так и количественный состав эндогенного инсулина. В связи с этим нарушается синтез в некоторых группах белков, спектроскопически находящихся в спектральном диапазоне 1500-1600 см^{-1} , в результате чего полоса поглощения, отвечающая колебаниям группы амид II, симметрично не расщепляется.

Таким образом, в ИК-спектрах слюны определение наличия и отсутствия расщепления полосы поглощения с максимумом 1550 см^{-1} может найти применение в клинической медицине для неинвазивной экспресс-диагностики диабета второго типа.

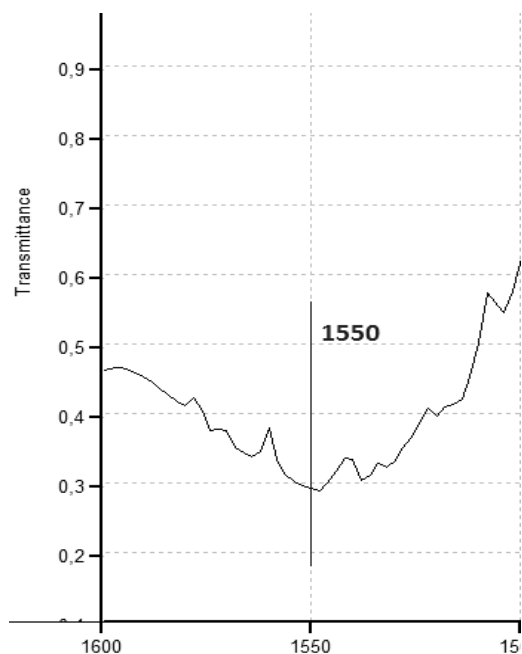


Рис. 1. Спектр больных сахарным диабетом

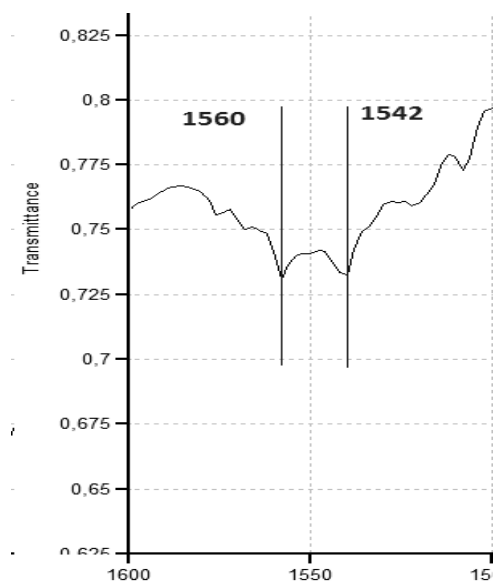


Рис. 2. Спектр здорового человека (не болеющего диабетом и хроническими заболеваниями)

Список литературы

1. *Аверин И.А. и др.* Способ неинвазивной экспресс-диагностики диабета второго типа методом ИК-спектроскопии // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.findpatent.ru/patent/261/2615722.html/> (дата обращения: 15.01.2020).

КОНЦЕПЦИЯ ПАНСЛАВИЗМА СЛАВЯНОФИЛОВ В ЭКСТЕРЬЕРЕ ЭПОХИ 19 ВЕКА

Ваганов М.С.

Ваганов Михаил Сергеевич – студент,
кафедра истории,

Костромской государственной университет, г. Кострома

Аннотация: в условиях развития общественной мысли в Российской империи во второй половине XIX века значение приобретает идея славянского единства. Панславизм сформировался на основе этнической, культурной и языковой общности славян, нашел отражение в деятельности политических партий и общественных объединений интеллигенции в конце XIX – начале XX века. Русские историки, философы, общественные деятели рассматривали проблему панславизма с разных точек зрения: как политическую и культурную проблему. Аспект взаимоотношения славянских народов, роль будущего лидера в возможном объединении – эти и другие вопросы волновали ведущие умы России. Эти вопросы не потеряли актуальности и по сей день.

Ключевые слова: панславизм, славянство, славянское единство, российское общество, славянофилы.

Идеи панславизма получили активное развитие как в России, так и в Чехии, в конце XIX – начале XX века. Эти идеи не потеряли актуальности и в настоящее время. До сих пор не умолкают общественно-политические дискуссии, касающиеся темы объединения славян. Существуют различные взгляды на то, какие формы такого объединения известны истории и какие перспективы у них в будущем.

Панславизм или идеи славянского единства появились на основе этнической, культурной, территориальной и языковой общности славян и нашли отражение в деятельности политических партий и общественных объединений интеллигенции в конце XIX – начале XX века. Интеллигенция поднимала вопросы объединения и разъединения славян, вопрос основы единства, кто из правителей сможет воплотить идею в жизнь. Ответы на эти вопросы были важны и необходимы для дальнейшего формирования судьбы славянских народов.

Проекты политического объединения славян под эгидой Российской империи разрабатывались ещё в XVIII- начале XIX веках Андреем Самборским, Василием Малиновским и другими. Славянофилы были сторонниками освобождения славян от османского и австрийского владычества и создания славянской федерации.

Идеи славянской общности прослеживаются в идеологии декабристов того времени, которые подчеркивали важную роль славянского народа в деле борьбы против западной буржуазии. Еще А.М. Спиридовым в 1825 году была опубликована статья в журнале «Северный архив», в которой он высказывал симпатию к «народам славянского племени», стремился подчеркнуть их важную историческую роль; идеализировал черты, унаследованные, по мнению автора, славянами от прошлого, такие, как нравственная чистота, патриархально-демократические устои общественного уклада, природное мужество и патриотизм [1, 185].

40-е годы XIX века ознаменовались значительным подъемом интереса к славянскому вопросу. К этому периоду можно отнести деятельность Кирилло-Мефодиевского братства, которое особое внимание уделяло национальному вопросу и в качестве основных задач имело объединение всех славян для борьбы за свободу, за возвращение народных прав и создание в будущем политического объединения славянских народов. Интересен тот факт, что возникло и действовало Общество соединенных славян именно на территории Украины,

которую представители направления и видели центром панславянской федерации демократических республик.

В этот период в русском обществе сложилось два направления единения славян – славянофилы и западники. В особенности на идеи славянского единства повлияли славянофилы. К представителям этого направления можно отнести И.С. Аксакова, Ф.В. Чижиова, Ю.Ф. Самарина, которые были членами Московского славянского комитета. Можно сказать, что многие славянофилы поддерживали идеи всеславянской интеграции, стремясь к различению славянолюбия и панславизма. Например, сторонник данного направления И. Аксаков писал: «... этот славянофильский образ мыслей я разделяю только отчасти, а другую часть его считаю дальше от себя» [6, 34].

Следует отметить, что в правительственных кругах того времени идеи славянофильства воспринимались отрицательно. В одобренном царем циркуляре, предназначенном для учебных заведений, говорилось, что мечтания «о культурном и политическом объединении славян вредны, что в университетском преподавании надлежит руководствоваться «идеями русской национальности», воспитывая в молодежи патриотизм не в духе созданного игрой воображения «всеславянского» а питая его из «русского первоисточника». Приведенные формулировки направлены, с одной стороны, против поклонников «славянской взаимности» в Чехии и иных славянских землях, а с другой – против «славянского» аспекта в политических программах российских революционеров [4, 224].

Гонению подвергаются все представители славянофильского направления, их идеи расценивались правительством как сочувствие притесняемым и испытывающим национальный гнёт славянам и намерение облегчить их участь; их лозунги и призывы рассматриваются с целью объединения в единое государство свободного славянского народа.

Представители русских революционных демократов отрицали преступные обвинения в свой адрес и причастность к революционно-демократическому панславизму, согласно которому объединение славянских народов возможно лишь только при свержении самодержавного абсолютизма и на основе равенства идеократии.

Позже положение представителей славянофильства и панславизма изменилось, их оценка была пересмотрена правительством, которое стало воспринимать их как популяризаторов русского языка и России в среде зарубежного славянства. Правительство видело от деятельности славянофилов больше пользы, чем вреда. В связи с этим вопросы славянофильства стали активно обсуждаться в прессе. Было опубликовано «Послание к сербам» (1860) Хомякова; активно развивалась литературная деятельность газет «Русская беседа» и «День», которые пропагандировали и поддерживали деятельность славянофилов в виде любви к России и веры в неё. И. Аксаков на страницах данных изданий неоднократно отмечал, что славянофильская деятельность под покровом государя очень полезна для России, в частности, для её внешней политики.

В 70-х гг. XIX в. прослеживается развитие политического панславизма вследствие использования правительством взглядов славянофилов в своих целях во внешнеполитической деятельности, что не могло наложить отпечаток и на дальнейшем развитии славянофильства. Представители этого направления были панславистами и разделяли идею создания всеславянской общности.

Во второй половине XIX века крупнейшим исследователем славянского вопроса стал философ и культуролог Н.Я. Данилевский, который полагал, что Россия представляет собой ядро молодой славяно-русской цивилизации, способной к реализации всех видов творческой деятельности. Смысл и значение славяно-русской цивилизации исследователь связывал с объединением и всесторонним расцветом славянства, которое в этот период находилось в составе чужеродных образований -

Турецкой империи (балканские славяне), империи Габсбургов (чехи, словаки, частично балканские народы). Во имя своего самосохранения и развития, считал мыслитель, славянство призвано сплотиться вокруг России как признанного защитника и лидера славянского мира. Мыслитель опирался на идею языковой общности народов. Он отмечал, что народ, говорящий на одном языке (наречии), более способен к объединению и должен составлять единое целое [4, 62]. Автор отмечал, что «всеславянский союз есть единственная твердая почва, на которой может возрасти самобытная славянская культура – неперемненное условие ее развития. Данилевский выделил Россию вместе с остальным славянством в единую культурно-историческую группу. При этом он был противником захватного поглощения славянства Россией.

Противоположных взглядов придерживался К.Н. Леонтьев, опираясь на свой анализ славянства, считал, что чисто политическое всеславянское объединение не только невозможно, но и не нужно. Оно опасно «уже по одному тому, что большинство образованных не русских славян слишком привыкло к европейским формам свободы и равенства или слишком предано им, не говоря уже об иноверии славян австрийских» [3, 11].

Ф.М. Достоевский рассматривал славянское единение как «вопрос высшего объединения духовного» (представители духовного единства славянского мира основными методами объединения видели популяризацию славянской литературы, книгообмен между писателями, устройство частных славянских библиотек, учреждение славянских лингвистических кафедр в высших учебных заведениях, налаживание научных и культурных связей).

В конце XIX в. славянофильство-славянолюбие стало приравняться к панславизму и означать славянскую солидарность и единение славян под эгидой русского самодержавия. Идеи всеславянствасинтезировались с теорией официальной народности. Один из руководителей петербургского славянского общества генерал А.А. Киреев считал себя продолжателем ранних славянофилов и излагал концепцию объединения славян на основе «православия, самодержавия и народности».

Идеи славянофильства становятся интересны и представителям консервативных кругов, которые делают акцент на объединении славян на основе православия во главе с Россией. Мысли представителей так называемого «царофильского варианта панславизма» (М.П. Погодин, С.П. Шевырев, О.М. Бодянский и др.) нашли отражение на страницах журналов «Москвитянин» и «Маяк». Особую активность в развитии идей славянофильства проявил М.П. Погодин, чья идеология включала идеи и культурного и политического панславизма. Он встречался с чешскими представителями данного направления, параллельно составляя собственное мнение об их идеях, разрабатывая политическую программу решения славянского вопроса, в центре которого он видел обновление славянского мира с помощьюсотрудничества с Россией; лидером славянского мира, по его мнению, должна была стать Россия. Основой этого объединения он видел такиефакторы, как этническое родство, язык и культура. Религия не ставилась напервый план, т.к. большинство народов, к которым были обращены призывык единству, были католиками [2, 89].

Таким образом, в работах М. Погодина были выдвинуты тезисы об утверждении особенности славянского мира и присущих славянским народам высших духовных ценностей и истинной веры – православия. В данной идеологии важное место занимал тезис о главенствующей роли России в славянском мире, ее объединительной миссии [2, 91].

Следует отметить, что основными представителями идей панславизма (славянофильства) были философы и писатели того времени, которые развивали идеи российской идентичности, культурной и религиозной общности славянского народа.

Идеи единения славян с конца XIX в. стали приобретать все большее значение в общественной жизни России. Если на предшествующем этапе идея славянской

солидарности имела преимущественно этническое содержание, то в эпоху перехода от феодализма к капитализму и формирования европейских наций она наполнилась новым - этносоциальным содержанием и стала составной частью национального самосознания русского и других славянских народов. России в процессе объединения отводилась особая роль как наиболее могущественному из всех славянских государств и единственному независимому.

Список литературы

1. *Достян И.С.* Русская общественная мысль и балканские народы от Радищева до декабристов М.: Наука, 1980. 329 с.
2. *Калиганов И.И.* Россия и славяне сегодня и завтра (польские чешские ресурсы) // Международная научная конференция «Славянский мир в третьем тысячелетии. Славянская идентичность – новые факторы консолидации». М.: Институт славяноведения РАН, 2008. С. 75-91.
3. *Леонтьев К.Н.* Ошибка г. Астафьева. Избранное. М.: Московский рабочий, 1993. 351 с.
4. *Рождественский С.В.* Исторический обзор деятельности Министерства народного просвещения. 1802-1902. СПб.: М-во нар. просвещения, 1902. 224 с.
5. *Страхов Н.Н.* О книге Н.Я. Данилевского «Россия и Европа». М.: Книга, 1991. 750 с.
6. *Цимбаев Н.И.* Славянофильство. Из истории русской общественно-политической мысли XIX в. М.: Изд-во МГУ, 1986. 271 с.

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПАРАМЕТРОВ КРЕДИТНОГО СЕГМЕНТА РОССИЙСКОГО БАНКОВСКОГО РЫНКА

Мусайханова Э.Ш.

Мусайханова Элина Шахидовна – магистрант,
кафедра экономики, финансов и права,
филиал в г. Пятигорске
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
г. Пятигорск, Ставропольский край

Аннотация: в статье рассматривается современное состояние национального банковского сектора и его кредитного сегмента, рассматриваются основные показатели его функционирования.

Ключевые слова: банковская система, кредитный рынок, кредитные организации, банки, банковские активы, кредиты, достаточность капитала, рентабельность активов и капитала, просроченные ссуды, качество банковского кредитного портфеля.

Экономика любой страны, ее народно-хозяйственный комплекс не могут существовать без банковской системы. Она является связующим звеном между владельцами капитала и его реципиентами. В ней происходит оборот основной доли финансовых денежных ресурсов.

Банковская система является частью финансового рынка, не котором основными игроками являются финансово-кредитные институты. Традиционно, коммерческие банки занимают лидирующую позицию в сфере финансовых услуг.

Российская банковская система находится в постоянной динамике и процессе реформирования в соответствии с изменяющимися потребностями рынка. Основной ее тенденцией является сокращение числа действующих кредитных организаций, причем, как в добровольном, так и принудительном порядке.

Таблица 1. Сведения о численности кредитных организациях Российской Федерации, ед. [1]

Показатели	01.01.15	01.01.16	01.01.17	01.01.18	01.01.19	01.12.19
Действующие КО	834	733	623	561	484	444
Действующие банки	783	681	575	517	440	405
Доля банков в числе КО	94%	93%	92%	92%	91%	91%
Филиалы действующих КО в РФ	1708	1398	1098	890	709	631
Филиалы действующих КО за рубежом	6	6	6	6	6	5

Ситуация с отзывом банковских лицензий в 2019 году была намного спокойнее, чем в предыдущие годы, хотя число отзывов по-прежнему осталось относительно высоким. С начала года по состоянию на 01 декабря было отозвано 28 лицензий у кредитных организаций и НКО и 12 организаций лишились лицензии добровольно. Для сравнения, в 2018 году принудительно лицензий лишились 60 банков, и еще 17 банков лишились лицензий добровольно, а 2017 году – 51 и 11 соответственно.

Как видно, принудительных отзывов стало в два раза меньше, но добровольных намного больше. Это связано с очередным повышением требований к капиталу банков и разделений их на два дополнительных уровня (базовая лицензий и

универсальная лицензия). При этом суммарный объем активов банков, принудительно лишенных лицензии в 2019 году по состоянию на 1 января, по оценкам аналитиков РИА Рейтинг, составил всего 118 миллиардов рублей [2]. Для сравнения, в 2018 году эта величина была больше 0,5 триллионов рублей, а в 2017 и 2016 годах активы банков, принудительно лишенных лицензий, составляли 1,21 и 1,24 триллиона рублей соответственно. Таким образом, средний размер активов банков, потерявших лицензий, заметно сократился.

Таблица 2. Отдельные показатели деятельности кредитных организаций [1]

Показатели	Ед. изм.	01.01.15	01.01.16	01.01.17	01.01.18	01.01.19	01.12.19
Активы (пассивы)	млрд руб.	77 653	83 000	80 063	85 192	94 084	95 965
Кредиты нефинансовым организациям	млрд руб.	29 536	33 301	30 135	30 193	33 372	34 056
Кредиты финансовым организациям- резидентам (кроме кредитных организаций)	млрд руб.	1 306	1 659	2 777	3 627	4 639	4 979
Кредиты физическим лицам	млрд руб.	11 330	10 684	10 804	12 174	14 901	17 475
Доля кредитов в банковских активах	%	54	55	55	54	56	59
Достаточность капитала Н1.0	%	12	13	13	12	12	12,4
Рентабельность активов	%	1	0	1	1	2	2,1
Рентабельность капитала	%	8	2	10	8	14	18,8

Прирост активов банковского сектора в номинальном выражении за 11 месяцев 2019г. составил 2%, что ощутимо ниже предыдущих лет (10% в 2018 году, 6% в 2017 году), что во многом связано с укреплением рубля, с переходом на новые стандарты бухгалтерского учета и сокращением избыточной ликвидности. Банковский сектор РФ по-прежнему характеризуется высокой концентрацией активов у 5 крупнейших кредитных организаций, доля которых ежегодно превышает 60% от совокупных активов и собственных ресурсов всей банковской системы.

В структуре банковских активов традиционно наибольший удельный вес образуют кредиты, их доля колеблется в пределах 54-59%. Основными заемщиками по величине привлекаемых ссуд и общему объему ссудной задолженности (35-40% от совокупных банковских активов) остаются нефинансовые организации.

Кредитование экономики в 2019 году характеризовалось более высокими темпами прироста по сравнению с динамикой активов. Объем ссудной задолженности нефинансовых организаций вырос на 2%, финансовых организаций – на 7%, физических лиц – на 17%. Ежегодно наиболее высокими темпами роста кредитования отличаются именно две последние категории. В структуре кредитования физических лиц более 90% составляют ссуды сроком более 1 года. При кредитовании юридических лиц доля краткосрочных заемных обязательств до 1 года превышает 70%.

Достаточность собственного капитала российских банков колеблется в пределах 12-13%, едва превышая норматив (минимум 10%).

Прибыль банков в 2019 году окажется на очень высоком уровне, что свидетельствует о хорошем развитии ситуации в секторе. Рентабельность активов банковской системы за 11 месяцев превысила 2,1%, а рентабельность капитала переступила порог 18%. Это наилучшие значения за последние 5 лет.



Рис. 1. Качество кредитного портфеля российских банков, % [1]

Следует отметить, что на фоне роста объемов кредитования внимание привлекает доля просроченной задолженности по выданным ссудам. Несмотря на ее плавное снижение по сравнению с 2016г., доля просроченных обязательств в 2019г. остается довольно высокой.

Подводя общие итоги 2019 года, можно отметить ключевые тенденции банковской системы РФ.

1. Основной тенденцией 2019 года в финансовой сфере стала относительная стабильность. Не отмечено ни кредитных бумов или падений, ни заметных отзывов лицензий или появления новых игроков, ни резких изменений правил игры, крупных кибератак или внешних санкций. В целом такая ситуация скорее говорит о зрелости российской финансовой системы, и в долгосрочной перспективе создает дополнительный потенциал развития.

2. Инфляция в 2019 году оказалась намного ниже ожиданий, которые озвучивались в конце 2018 и начале 2019 года. Это снижение потребовало от Банка России решительного сокращения ключевой ставки. Таким образом, за полгода ставка была снижена на 1,5 процентного пункта до 6,25%. Банковская система и финансовая система в целом должны адаптироваться к низкой инфляции и низким процентным ставкам.

3. В октябре 2019 года были введены ограничения на кредитования населения с высокой долговой нагрузкой [3]. Это стало реакцией на высокие темпы роста потребительского кредитования в 2018 году, хотя эта мера уже обсуждалась и ранее, так как закредитованность отдельных лиц была высокой намного раньше.

4. 2019 год станет рекордным для банковского сектора по объему прибыли. Скорее всего, она превысит 2 триллиона рублей. Рост прибыли выглядит достаточно предсказуемым на фоне относительной стабильности. При этом во многом рост сальдированной прибыли связан с сокращением убытков у убыточных банков, что особенно проявилось во второй половине 2019 года, а также переходом на новые стандарты отчетности, что позволило многим банкам высвободить резервы. Снижение процентной маржи было компенсировано ростом комиссионных доходов. Рентабельность капитала тоже немного ощутимо выросла, причем не только у лидеров банковского сектора, но и у средних и даже небольших кредитных

организаций. Таким образом, на фоне сокращения доходности безрисковых активов для владельцев банков их бизнес опять становится интересным. Уже в 2020 году это может привести к череде сделок слияний и поглощений, при этом вероятность возврата интереса иностранцев к российским банкам будет по-прежнему невысокой.

5. Российский фондовый рынок в 2019 году оказался одним из самых прибыльных для инвесторов. Из-за снижения ставок очень сильно выросли в цене облигации, а индекс РТС показал самый большой рост (отчасти из-за десятипроцентного укрепления рубля) среди крупнейших фондовых площадок. Развитие российского финансового рынка можно даже назвать впечатляющим. Число физических лиц, открывших брокерские счета, по итогам года превысит 4 миллиона, то есть за последние 3 года частных инвесторов на фондовом рынке стало почти кратно больше. В целом альтернативные способы сбережения (страхование жизни, ИИС, брокерские счета, ПИФы и другие) развиваются очень быстро, что в первую очередь видно по динамике фондового рынка. Скорее всего, в 2020 году эта тенденция продолжится, и все большее число людей будет нести свои сбережения на фондовый рынок в том или ином виде, а банки соответственно будут вынуждены конкурировать с биржей за средства клиентов. Поэтому процентная маржа банков продолжит снижаться. Несколько охладить этот процесс может коррекция мировых рынков, что является вполне вероятным сценарием в среднесрочной перспективе, так как сейчас они находятся на исторических максимумах.

Список литературы

1. Центральный банк Российской Федерации: Официальный сайт. [Электронный ресурс] / Банк России, 2000–2020. Режим доступа: <http://www.cbr.ru/> (дата обращения: 07.01.2020).
 2. ООО «Рейтинговое агентство «РИА Рейтинг». [Электронный ресурс] / РИА РЕЙТИНГ, 2020. Режим доступа: <https://riarating.ru/> (дата обращения: 08.01.2020).
 3. Информация Банка России от 01.10.2019 «Законодательные изменения, вступающие в силу 1 октября 2019 года». [Электронный ресурс] / КонсультантПлюс, 1997-2019. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/59355.html/> (дата обращения: 10.10.2019).
-

БРЕНД КАК ОСНОВА УСПЕШНОГО СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА, НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОЙ МАРКИ «ООО КУПИШУЗ LAMODA»

Корягина Е.А.

*Корягина Екатерина Александровна - студент,
направление: маркетинг,
экономический факультет,
Российский университет дружбы народов, г. Москва*

Аннотация: в работе исследовано определение понятия «бренд», его роль в современной экономике, а также выявлены отличия бренда от торговой марки. Сформулированы основы брендинга в индустрии одежды и обуви, обозначены главные принципы формирования конкурентоспособности бренда в данной области. В конце статьи был сделан краткий анализ бренда «ООО Купишуз Lamoda», его история формирования и брендинг в интернет – магазине.

Ключевые слова: бренд, торговая марка, брендинг, восприятие бренда, компания «ООО Купишуз».

Бренд представляет собой - комплекс ассоциаций, эмоций, представлений и ценностных характеристик о продукте или услуге, сложившийся в сознании потребителей. В качестве носителя бренда выступают все элементы оригинального стиля: наименование бренда, логотип, палитра фирменных цветов, оригинальная графика фирменного стиля, набор фраз, звуки, торговая марка и др.

Наличие бренда означает, что при одинаковых потребительских и иных свойствах продукт будут больше покупать, а также брендированный товар будет иметь более высокую финансовую оценку.

За последние несколько десятилетий рассматриваемое маркетинговое явление успело прочно встроиться в инструментарий российского бизнеса. Наличие бренда можно само по себе считать показателем лидерства на рынке, ведь, как справедливо заметил один из наших выдающихся современников, бренд – это не просто имя. Это имя, которое невозможно забыть.¹

В российском маркетинге, в отличие от иностранного, торговая марка и бренд делится на два отдельных понятия.

Торговой маркой в бизнесе называется образ или свойства продукции, которые выделяют её на общем фоне. Это уникальное собственное название, слоган, дизайн, стиль — все, что делает продукт особенным.

На самом деле продукт может абсолютно ничем не отличаться от уже имеющихся на рынке, но торговая марка сделает из него уникальный товар.

Среди маркетологов бытует известная аксиома о том, что делать хороший продукт сегодня недостаточно, чтобы завоевать внимание потребителей. Эту же аксиому можно перенести в мир fashion-индустрии. Как продать человеку не кусок хлопка, а образ – этим вопросом занимается брендинг одежды.

Это комплекс мероприятий, которые: направлены на создание уникального образа компании; помогают приобрести постоянных покупателей и привлечь новых; увеличивают стоимость самого бренда.²

Запуск бренда одежды – процесс, требующий определенных знаний, умений и навыков. Он состоит из нескольких этапов:

¹ Гэд Т. 4D брэндинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики. – СПб.: Изд-во Стокгольмская школа экономики, 2015. 196 с.

² Пашутин С. Б. Феноменология бренда // Экономические стратегии. М.: Изд-во Альпина Паблишер, 2016. 146 с.

1. Этап. Подготовка.

Проводятся маркетинговые исследования в определенном сегменте рынка, на который будет выходить продукт.

2. Этап. Разработка концепции бренда одежды.

Разрабатывается бизнес-план, где будут указаны глобальные цели и миссия компании.

3. Этап. Продвижение бренда одежды.

Разрабатывается стратегия и каналы сбыта бренда.

4. Этап. Работа с аудиторией.

Это в первую очередь прерогатива социальных сетей. В пабликах можно устраивать конкурсы, интерактивные состязания, награждая победителей вещами именного бренда.

5. Этап. Создание модного дома.

Модный дом выступает субъектом в индустрии одежды, он ассоциируется с брендом, и при этом, формирует определенный имидж компании-производителя.¹

6. Этап. Запуск бренда одежды.

Это длительный процесс, который требует высокой самоотдачи, а также определенные материальные и временные затраты.

Lamoda - одна из наиболее успешных и динамично развивающихся компаний в России и СНГ. Lamoda предоставляет лучшие в своем классе услуги электронной коммерции более 200 миллионам покупателей на территории России, Казахстана, Белоруссии и Украины. Компания основана в 2011 году при поддержке Rocket Internet - крупнейшего в мире интернет-инкубатора. С тех пор компания привлекла несколько других крупных инвесторов, таких как JP Morgan, AB Kinnevik, Summit Partners, Access Industries и IFC.

Прямые конкуренты Lamoda, Вайлдберрис – это семейный бизнес, а Купивип – результат работы одного Оскара Хартманна, то проект Lamoda был запущен немецкой компанией – известным инкубатором стартапов Rocket Internet.

Название марки - «Lamoda» и её логотип, смотрятся классически, изысканно, образуя имидж зрелости.

Девиз фирмы: ««Lamoda» - совершенный товар», воплощает в себе непосредственно неповторимость при предложении услуг любому покупателю, образующего часть «Lamoda».

Задача рекламной стратегии фирмы «Lamoda» - не только лишь целиком удовлетворить требования абсолютно всех категорий своих покупателей, но и порекомендовать такие “турпакеты”, которые отвечают их стилю и подчеркивают неповторимость. Сегментируя собственных покупателей на базе их общественного положения «Lamoda» тем самым, достигает строительства независимых видов товаров в любом ценовом секторе рынка. Одной из ключевых вопросов маркетинговой стратегии считается разделение потребительских аудиторий, для каждой из которых сформированы независимые типы товаров.

Кроме того, у интернет-магазина «Lamoda» есть фирменные листовки и флаеры, которые отражают фирменный стиль компании и являются весьма удачным маркетинговым ходом.

Стоит отметить оригинальный подход директора интернет-магазина к бигбордам, которые были арендованы в центре города. Директор хотел, чтоб их бигборд выделялся, поэтому для каждого бигборда было заказано 7 тон песка и оклейка оракалом.

Кроме того, у интернет-магазина «Lamoda» есть функционирующий, грамотно и понятно сделанный сайт, который, способствует продвижению интернет-магазина на рынке Санкт-Петербурга в частности, и России в целом, а также

¹ Макашева З. М. Брендинг. СПб: Изд-во Питер, 2017. 354 с.

помогает привлечь клиентов, быстро и доступно визуализируя им предлагаемые интернет-магазином услуги.

Таким образом, интернет-магазин «Lamoda» – обеспечивает качественный товар. У компании всегда лучшие предложения по отличным ценам.

Исследование показало, что разработанный интернет-магазином бренд, отлично иллюстрирует уникальную атмосферу данного интернет-магазина, способен создать ему конкурентное преимущество, обеспечить победу над соперниками и гарантировать расширение доли на рынке.

На базе проведенного анализа, возможно сделать единый вывод о том, что, строгая структуризация рынков, мощная привязка покупателей к торговым маркам, формирование сильного стиля фирмы считаются важными атрибутами для любой фирмы, стремящейся к осуществлению результативной финансовой работы.

Список литературы

1. *Аакер Д.* Стратегия управления портфелем брендов. М. Эксмо, 2016. 254 с.
 2. *Асмолов А.Х.* По ту сторону познания. М.: Смысл, 2002. 435 с.
 3. *Бахарев И.Е.* Товарный знак. М. Промграфика, 2015. 143 с.
 4. *Гэд Т.* 4D брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики. СПб. Стокгольмская школа экономики, 2015. 432 с.
 5. *Нордфальт Й.* Ритейл-маркетинг. Практики и исследования. М.: Изд-во Альпина Паблишер, 2018. 386 с.
 6. *Котлер Ф., Сидни Л.* Расширение концепции маркетинга. СПб.: Изд- во Питер, 2014. 321 с.
 7. *Макашева З. М.* Брендинг. СПб: Изд-во Питер, 2017. 354 с.
 8. *Нордфальт Й.* Ритейл-маркетинг. Практики и исследования. М.: Изд-во Альпина Паблишер, 2018. 386 с.
 9. *Пашутин С.Б.* Феноменология бренда // Экономические стратегии. М.: Изд-во Альпина Паблишер, 2016. 146 с.
 10. *Klein N.* No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies. London: Изд-во Macmillan Publishers, 2015. 305 с.
-

СОВРЕМЕННОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО

Орехова К.А.

Орехова Кристина Андреевна – студент,
кафедра маркетинга,
Российский университет дружбы народов, г. Москва

Аннотация: в данной статье актуализирован вопрос развития информационного пространства и его влияния на продвижение различных товаров и услуг. Автором рассмотрено появление телевидения и его использование в продвижении, а также возникновение конкуренции на рынке информационного пространства. Проводится анализ развития информационного пространства в России и за рубежом. Оценивается востребованность информационных технологий у потребителя и даётся общая характеристика потребителя. Рассматривается продвижение продуктов и услуг на новых информационных площадках.

Ключевые слова: информационное пространство, научно-технический прогресс, телевидение, продвижение товаров и услуг, конкуренция, информационные технологии, потребитель, новые информационные площадки, пользователь, NewMedia.

Информационное пространство сегодня очень отличается от того, каким оно было в конце 19 - начале 20 века. Эти изменения тесно связаны с развитием научно-технического прогресса.

Так, изобретение телевизора дало толчок широкому развитию телевидения, что сделало его самым популярным источником распространения информации. Более того, долгое время телевидение оказывало особое влияние на сознание потребителя, что делало его наиболее эффективным каналом продвижения различных товаров и услуг.

Однако с появлением интернета телевидение начало отходить на второй план. Уже сегодня большинство людей предпочитают проводить своё время в интернете, используя при этом компьютер, смартфон или другие гаджеты. Свобода действий – это то, что даёт преимущество интернету и новым информационным площадкам (New Media), оставляя телевидение где-то позади.

Различные New Media дают пользователям возможность выбирать именно то, что им интересно смотреть, читать или слушать. Это и привлекает всё больше людей на новые информационные площадки. Особенно распространено использование New Media среди молодой аудитории, которая, помимо прочего, наиболее лояльно реагирует на публикуемую там рекламу.

Итак, чем популярнее становятся New Media, тем больше компаний обращают на них своё внимание, как на наиболее эффективные каналы продвижения товаров и услуг. В итоге, именно новые информационные площадки дают владельцам бизнесов множество преимуществ для продвижения.

Сегодня телевизор является вполне привычным предметом домашнего обихода. Наличие аналогового телевидения, распространяющегося с помощью телевышек, по кабелю или через спутник уже никого не удивляет. Более того, на его смену пришло цифровое ТВ, которое быстрыми темпами вытесняет аналоговый формат. Именно повсеместное распространение телевидения во всём мире делает его одним из самых эффективных каналов продвижения товаров и услуг различных компаний.

Как известно, первый в мире механический телевизор был изобретён ещё в 1884 году шотландским инженером Джоном Бэрдом. Тем не менее, его первый электронный аналог был создан только в 1936 году американским инженером русского происхождения Владимиром Зворыкиным.

Изобретение телевизора предполагало под собой начало телевидения. Так, первая телевизионная станция WCFL вышла в эфир в Чикаго ещё в 1928 году. Однако начать

регулярное вещание в США не удавалось вплоть до 1939 года из-за возникновения Великой депрессии.

С началом регулярного телевещания в США в 1939 году была показана первая в мире экспериментальная бесплатная реклама. Она шла в дикторском исполнении с минимальными иллюстрациями.

В мае 1941 года Федеральная комиссия по связи США выдала коммерческие лицензии 10 каналам, тем самым разрешив транслировать рекламу на телевидении. И уже 1 июля 1941 года телестанцией WNBT (теперь WNBC) был показан первый официальный платный телевизионный ролик в США. В нём рекламировались наручные часы Bulova.

В 1951 году в США появились все условия для общенационального вещания. С каждым днём охват аудитории и сама реклама становились всё больше. Бюджет для компаний на последнюю постоянно рос. Так, по оценкам, найденным на сайтах AdAge и Nielsen, можно судить о стремительном росте рынка телерекламы. Если в 1949 году американские рекламодатели израсходовали на телевидение 12,3 млн. долларов, то в 1951 сумма составила уже 128 млн долларов. Таким образом, телевидение в 1954 году опередило по рекламному бюджету все остальные средства массовой информации.

Уже в 1960-х, согласно журналу AdAge, телевизор у себя дома имели почти 90% американских семей. Рекламу, к тому времени, транслировали в рамках различных телепередач. Снимали её рекламодатели самостоятельно, телеканалы предоставляли только свои студии и эфирное время.

Однако только в 1970-е годы телевизионные каналы научились подсчитывать свою аудиторию. Телерекламы становилось всё больше, и уже в 1977 году общие доходы от неё превысили 7,5 млрд долларов – это 20% всей рекламы в США [8].

В 1980-е годы наблюдался настоящий бум продаж домашних видеомэгнитофонов, что отрицательно отразилось на рекламе. Подобные устройства могли записывать по расписанию телевизионные шоу и передачи. Таким образом, люди не смотрели больше рекламные ролики, а просто проматывали их в записи.

В конце 1990-х на рынке начали продавать цифровые записывающие устройства (DVR), имеющие функцию проматывания рекламы. Для владельцев телевизионных каналов и рекламодателей данная ситуация стала настоящим ударом. Самым лучшим выходом из подобного положения был продакт-плейсмент (скрытая реклама) в телепередачах и кино. С каждым годом он становился всё более и более востребованным.

Под влиянием современных технологий и научно-технического прогресса телевидение значительно изменилось. На смену аналоговому формату пришло цифровое ТВ. Такая перемена была обоснована ростом числа телеканалов в различных странах мира, которым попросту не хватало свободных частот для трансляции. Кроме того, в продаже появились телевизоры, позволявшие транслировать изображение значительно лучшего качества благодаря своим жидкокристаллическим и плазменным дисплеям.

Так, в первом десятилетии 21-го века большинством стран был начат переход от аналогового к цифровому вещанию. В США, в частности, переход был завершён уже в 2009 году.

Несмотря на появление различных записывающих устройств, можно сказать, что начало первого десятилетия было пиком рекламы на ТВ. В какой-то степени этому поспособствовало использование продакт-плейсмент. Казалось, что пошатнуть такой глобальный канал продвижения почти невозможно. Однако, созданный 14 февраля 2005 года Стивом Ченом, Чадом Хёрдли и Джаведом Каримом видеохостинг YouTube привлёк к себе огромное количество внимания. И уже в конце нулевых о YouTube заговорили как о крупном претенденте на место главной медиаплощадки, которая подвинет ТВ.

Так, с декабря 2005 по январь 2006 года, по данным компании Alexa Internet, количество уникальных пользователей на YouTube стало в 3 раза больше. И уже в июле 2006 года YouTube стал 5-м по счёту самым популярным сайтом в США со статистикой в 100 млн уникальных просмотров и 200 млн посетителей в день.

Развитию рекламы на YouTube, в свою очередь, поспособствовало важное нововведение. В мае 2010 года на видеохостинге значительно расширилась партнерская программа, и обычные пользователи, как и крупные компании, смогли выкладывать собственные видеоролики, в которые могли включать видеорекламу.

В конечном счёте YouTube в мире медиа стал очень значимым явлением, многие компании начали продвигать продукцию и услуги именно через этот сервис. И на это есть несколько причин:

- Таргетирование

Рекламодатели могли самостоятельно заключать договоры с конкретными каналами. Это позволяло демонстрировать рекламу более конкретной аудитории, потенциально заинтересованной в рекламируемом продукте.

- Лояльность

С увеличением количества показов рекламы на ТВ, она стала восприниматься зрителями слишком частой и назойливой. Многие попросту пропускали её, предпочитая переключаться на другие телеканалы. Однако рекламные приемы на YouTube были менее раздражительны. Креативные каналы на видеохостинге могли преподнести рекламу как интересный контент. Она воспринималась аудиторией положительно, так как была весьма ненавязчивой – это не могло не радовать рекламодателей.

- Простота и стоимость

Размещение рекламы на YouTube стоило намного дешевле, чем покупка неоправданно дорогого эфирного времени на телевидении. Поскольку в процесс создания рекламного ролика вовлекалось меньше людей, чем на телевидении, все вопросы решались быстрее, упрощались координация и контроль. Всё это снижало стоимость приобретаемых показов.

Таким образом, учитывая популяризацию высоких технологий и самого YouTube, различные выгоды при покупке рекламы на видеохостинге и то, что стандартные методы распространения требовали значительно более крупного финансирования, можно сказать, что YouTube стал именно той медиаплощадкой, которая позволяла с минимальными затратами эффективно распространять рекламу, чего нельзя было сказать о телевидении.

В целом, развитие телевидения в СССР происходило медленней чем за рубежом. Так, в Советском Союзе национальная система спутникового телевидения, позволяющая транслировать передачи из Москвы по всей территории страны, начала свою работу только в 1967 году.

Появление YouTube в России не является исключением. Его русская версия была запущена 13 ноября 2007 года, и только начиная с 2008 года видеохостинг начал набирать активную популярность.

Тем не менее, отечественная локализация YouTube прошла успешно. Вскоре русскоязычные пользователи заполнили видеохостинг, и таким образом создали внутри него одно из крупнейших сообществ.

Для русскоязычной аудитории 2010 год стал годом успеха. В России появились первые партнерские программы, которые позволяли авторам монетизировать свой контент. Вместе с этим начал появляться первый авторский видеоконтент, включающий в себя схожие с западными шоу форматы, но уже адаптированные под отечественного зрителя.

Так, в январе 2012 года, согласно данным Reuters, на YouTube ежедневное количество просмотров видео достигло 4 млрд. А в апреле 2013 года, по данным «Российской газеты», 51 млн. человек, или 2% аудитории сервиса, составляли россияне.

Сегодня YouTube стал популярнее большинства федеральных телеканалов. По месячному охвату аудитории в России, например, он уступает лишь «Первому каналу».

Более того, видеохостинг имеет огромное влияние на потребителя не только в России, но и во всём мире. Так, в 2018 году, согласно опросу Wyzowl о состоянии видеомаркетинга 76% компаний сообщили, что реклама на YouTube помогла им увеличить продажи продуктов и услуг.

Но при этом, между зарубежными странами и Россией существуют различия в цене на показ рекламы на видеохостинге. Так, данные, которые опубликовала компания WordStream о стоимости показа видеорекламы в разных странах, пригодны для сравнения их ориентировочной стоимости на YouTube. В топ-10 стран с самой высокой стоимостью показов рекламы входят:

1. ОАЭ
2. Австрия
3. Австралия
4. США
5. Бразилия
6. Великобритания
7. Новая Зеландия
8. Чили
9. Швейцария
10. Италия

В этом списке Россия занимает только 82 место, а самое последнее – Сербия. Данный рейтинг демонстрирует, что стоимость показа рекламы в России на YouTube намного ниже, чем в ряде других стран, занимающих первые места.

Сегодня, к основным форматам видеорекламы на YouTube относятся:

- Объявления с возможностью пропуска

Видеореклама, которую можно пропустить через 5 секунд после начала просмотра. Обычно она появляется перед основным видео, в середине или после него.

- Объявления без возможности пропуска

Видеореклама, которая аналогична первому виду, но длится 15 секунд. Пропустить её просмотр нельзя.

- Объявления-заставки

Видеореклама, длящаяся не дольше 6 секунд в начале, середине или конце другого видео. Пропустить её просмотр нельзя.

- Объявления Video Discovery

Видеореклама, состоящая из текста и уменьшенного изображения кадра из ролика. При нажатии на неё видео воспроизводится для просмотра на YouTube.

- Объявления masthead

Видеореклама, расположенная сверху главной страницы видеохостинга. Она воспроизводится автоматически и без звука, а длится 30 секунд. При нажатии на неё видео воспроизводится для просмотра на YouTube.

- Объявления Out-Stream

Особый формат видеорекламы, который был разработан специально для мобильных устройств. Такие объявления могут показываться в приложениях и на сайтах партнеров. Они запускаются автоматически и без звука, при желании пользователи могут его включить.

Подводя итог, можно сказать, что Россия по-прежнему немного отстаёт от зарубежных стран по развитию информационного пространства. Однако внутри самой страны дела обстоят иначе.

В 2018 году, согласно данным «РБК», продажи интернет-рекламы впервые обогнали телевидение на 16 млрд рублей и составили 203 млрд рублей. Таким

образом, рекламы в интернете выросла за год на 22%, а на телевидении — на 9%. В целом же рынок рекламы за 2018 год вырос в России на 12% до 469 млрд рублей.

Сегодня информационные технологии стали неотъемлемой частью жизни россиян. Жители нашей страны всё чаще проводят время на различных интернет-ресурсах, например, на YouTube. Так, в ноябре 2019 года ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения) опубликовал данные об использовании этого видеохостинга нашими соотечественниками. Результаты опроса показали, что его непосредственными посетителями являются 58% респондентов. При чём одна четвертая часть опрошенных (24%) используют его почти ежедневно. В среднем каждый пятый опрошенный (19%) — несколько раз в неделю. Несколько раз в месяц видеохостингом пользуется 8% россиян, а 7% — не реже одного раза в полгода. Вообще YouTube не использует каждый пятый опрошенный россиянин (20%), данный результат сопоставим с частью тех, кто в принципе не использует Интернет (22%).

Такая популярность YouTube, объясняется тем, что 30% пользователей приходят на него за уникальным контентом, которого нет на других интернет-ресурсах.

Так, YouTube больше всего используют мужчины (67%), при этом 33% используют его ежедневно. Особым спросом видеохостинг пользуется среди респондентов младших (от 18 до 24 лет — 88%) и средних (от 25 до 34 лет — 90%) возрастов. Старшие поколения от 35 до 44 лет (73%) и от 45 до 59 лет (51%) пользуются YouTube немного меньше. Среди пожилых россиян старше 60 лет видеохостинг использует только 25%.

YouTube наиболее востребован как среди жителей Москвы и Санкт-Петербурга (70%), так и среди россиян, проживающих в городах с населением от 500 тыс. до 1 млн. жителей (67%). Однако количество пользователей видеохостинга среди жителей городов-миллионеров (60%) и крупных населенных пунктов с населением от 100 до 500 тыс. человек (61%) практически одинаковы. Чуть меньше россиян, которые проживают в городах с населением до 100 тыс. человек (58%), также пользуются YouTube. Наименьшее количество пользователей видеохостинга установлено среди сельчан (47%). Вероятнее всего это связано с отсутствием сети Интернет в отдалённых уголках страны. Тем не менее среди сельчан много тех, кто вообще не пользуется Интернетом (31%).

Подводя итог, можно дать краткую общую характеристику потребителю информационных технологий в России — это мужчина от 18 до 34 лет, который заходит на YouTube ежедневно, что посмотреть уникальный контент, который имеется на видеохостинге. Этот мужчина живёт в городе-миллионере, к примеру, в Москве или Санкт-Петербурге, или же в чуть менее крупном городе с населением от 500 тыс. до 1 млн. человек.

Однако это не значит, что компании ориентируются исключительно на мужскую аудиторию при размещении рекламы на YouTube. В большинстве случаев, основные форматы видеорекламы нацелены сразу на оба пола.

Более чёткие гендерные и не только разграничения обычно имеет реклама непосредственно интегрированная в сами видео различных авторов на YouTube. Она охватывает отдельные группы потребителей, внимание которых необходимо привлечь к определенным товарам или услугам.

В эпоху цифровизации в сфере медиа появляются всё новые информационные площадки — так называемые New Media. Вообще, New Media предполагают под собой не только новый формат СМИ, но и возможность пользоваться ими на различных цифровых устройствах в любое время. При всём при этом New Media, также, подразумевают активное участие пользователей в создании и распространении контента.

Ранее в этой статье уже говорилось об одном из них — видеохостинге YouTube. Однако сегодня он уже не является чем-то новым для пользователей. Ровно тоже, к примеру, можно сказать про социальную сеть «ВКонтакте» или Rutube, которые также относятся к New Media.

Таким образом, к New Media можно отнести различные современные цифровые платформы и социальные сети (Instagram, Tik-Tok), видеоресурсы (Twitch, Rutube List), подкасты, а также различные информационно-развлекательные ресурсы («Медуза», TheQuestion, The Village), мессенджеры (Whatsapp, Telegram) и личные блоги.

Так, более подробно стоит рассмотреть по крайней мере несколько из них:

– Instagram

Instagram начал свою работу ещё в 2010 году. Возможно он также не является для пользователей чем-то новым, но сегодня просто невозможно отрицать его популярность. Эта социальная сеть имеет огромное влияние на своих пользователей, поэтому различные компании продвигают через неё множество товаров и услуг. Более того, в Instagram не так давно появились новые форматы рекламы, и компаниям стало значительно проще продвигать свой бизнес и взаимодействовать с нужными им аудиториями. К тому же Instagram основан на визуальном контенте, который проще и быстрее воспринимается пользователями по сравнению с текстовым. Всё это делает социальную сеть эффективным каналом продвижения.

– Telegram

Другой New Media, о котором стоит упомянуть – это Telegram. Он появился сравнительно недавно, в 2013 году, и сегодня стал одним из самых популярных мессенджеров. В какой-то степени этому поспособствовала возможность подписки на различные Telegram-каналы. Пользователи ежедневно заходят в Telegram за очередной порцией новостей. Эти каналы, помимо различной тематической информации публикуют множество рекламы товаров и услуг, что делает Telegram ещё одним эффективным каналом продвижения.

– Tik-Tok

Следующее New Media – социальная сеть Tik-Tok, которая появилась в 2016 году. Она позволяет своим пользователям создавать короткие музыкальные видео, вести прямые эфиры и обмениваться сообщениями. Сегодня Tik-Tok стал особенно популярным именно среди молодой аудитории, поэтому к созданию рекламы для этой социальной сети стоит подходить с креативом и юмором. Сравнительно недавно в Tik-Tok появилась различные форматы рекламы, с помощью которых компании стали более активно продвигать свои товары и услуги. Более того, это не только значительно упростило продвижение их бизнеса через эту социальную сеть, но и поспособствовало привлечению потребителей.

Подводя итог, можно сказать, что с каждым годом всевозможных New Media становится только больше, кроме того, их популярность постоянно возрастает. Для владельцев бизнеса новые информационные площадки – это не только простые, но и эффективные каналы продвижения товаров и услуг. Более того, New Media дают компаниям возможность оперативно реагировать на малейшие изменения потребительских предпочтений.

В заключении можно сделать вывод о том, что информационное пространство сегодня играет одну из ведущих ролей в жизни человека, воздействуя на неё, так или иначе, всё больше.

С развитием научно-технического прогресса информационное пространство постоянно видоизменялось и теперь оно соответствует современным потребностям человека в получении большого количества информации каждый день.

Значительным событием в развитие информационного пространства стало распространение телевидения, которое многие годы оказывало сильное влияние на потребителя. Фактически, оно стало ведущим источником получения необходимой человеку информации, а также эффективным каналом продвижения различных товаров и услуг.

Достойной заменой телевидения сегодня стал интернет. Он даёт человеку определённую свободу выбора и возможность получения множества разнообразной

информации с помощью новых информационных площадок (New Media). Их виды настолько многообразны, что любой пользователь может найти именно ту информацию, в которой он нуждается прямо сейчас.

Кроме того, интернет и New Media дают разнообразным компаниям возможность постоянно контактировать с нужными им аудиториями, а также своевременно реагировать на изменения их предпочтений. Это делает новые информационные площадки эффективными каналами продвижения.

Таким образом, с течением времени информационное пространство будет всё больше развиваться, постоянно подстраиваясь под потребности человека. Развитие новых форматов рекламы на New Media делает их ещё более эффективными каналам продвижения разнообразных товаров и услуг.

Список литературы

1. *Благовещенский А.* 51 миллион человек в России смотрят YouTube // Газета «Российская газета». [Электронный ресурс]. 2013. Режим доступа: <https://rg.ru/2013/04/24/youtube-site.html/> (дата обращения: 30.11.2019).
2. *Воронюк А., Полищук А.* Актуальный интернет-маркетинг. К.: ИПЮ, 2018. 160 с.
3. *Гавриков А.В., Давыдов В.А., Федоров М.В.* Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога. М.: АСТ, 2019. 352 с.
4. *Голядкин Н.А.* История отечественного и зарубежного телевидения. М.: Аспект Пресс, 2017. 210 с.
5. *Жильцова О.Н.* Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2019. 301 с.
6. *Истомина М.* Реклама в интернете впервые обогнала ТВ. Драйвером продаж в онлайн стало видео // Журнал «РБК». [Электронный ресурс]. 2019, Режим доступа: https://www.rbc.ru/technology_and_media/11/03/2019/5c8619ce9a79473741c1055f/ (дата обращения: 01.12.2019).
7. *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения. М.: Кучково поле, 2018. 464 с.
8. *Назайкин А.* Рекламная деятельность газет и журналов. М.: РИП-Холдинг, 2002. 8-9 с.
9. *Халилов Д.* Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 240 с.
10. Advertising & Marketing Industry News // AdAge. [Электронный ресурс], 2019. Режим доступа: <https://adage.com/> (дата обращения: 23.11.2019).
11. Animated Explainer Video Company// Wyzowl. [Электронный ресурс], 2019. Режим доступа: <https://www.wyzowl.com/> (дата обращения: 24.11.2019).
12. Business & Financial News // Reuters. [Электронный ресурс], 2019. Режим доступа: <https://www.reuters.com/> (дата обращения: 30.11.2019).
13. Media Research // Nielsen. [Электронный ресурс], 2019. Режим доступа: <https://www.nielsen.com/ru/ru/> (дата обращения: 23.11.2019).
14. SEO and Competitive Analysis // Alexa Internet. [Электронный ресурс], 2019. Режим доступа: <https://www.alexa.com/> (дата обращения: 24.11.2019).
15. YouTube — «телевидение» XXI века // ВЦИОМ. [Электронный ресурс], 2019. Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10022/> (дата обращения: 01.12.2019).

ПРОДВИЖЕНИЕ БУМАЖНЫХ КНИГ НА РЫНКЕ

Кылычбекова М.К.

*Кылычбекова Малика Кылычбековна – студент бакалавриата,
кафедра маркетинга,*

Российский университет дружбы народов, г. Москва

Аннотация: в данной статье рассмотрена история развития электронных книг и завоевание ими рынка. Представлены статистические данные о рынке книг и предложены советы для продвижения бумажных книг.

Ключевые слова: электронные книги, бумажные книги, развитие электронных книг, рекомендации для продвижения, рынок книг.

Продвижение бумажных изданий на рынке является весьма актуальной темой в современных условиях конкуренции. С появлением электронных устройств стремительно начали падать продажи бумажных книг. В настоящее время постепенно в моду возвращается бумага, но книжным издателям необходимо разработать новые методы продвижения. История электронных книг началась в 1971 году. В то время компьютеры не имели массового распространения, мобильные телефоны были размером с современный компьютер, а люди вообще не знали про интернет. Студенту из Иллинойского университета Майклу Харту удалось получить почти безграничный доступ к большому компьютеру Xerox Sigma V. Еще тогда он понимал, что в недалеком будущем технологии будут развиваться бешеной скоростью и в каждом доме будет хотя бы один персональный компьютер. Майкл Харт, воспользовавшийся ситуацией, решил попробовать оцифровать книгу. Первым электронным документом стала американская «Декларация независимости». Ему настолько понравилась эта идея, что решил продолжить переводить печатные издания в электронный формат и даже собрал команду, назвав проект «Гутенберг». Целью участников данного проекта было создание электронной библиотеки и расширение ее возможностей. В настоящее время «Гутенберг» существует как некоммерческая организация.

После оцифровки книг возникла другая проблема – неудобно читать с большого экрана компьютера. Американской компьютерной компанией DEC был создан первый образец механизма для отображения текстового документа. В 1996 году читателям было представлено первое устройство "DEC Lectrice", которое в переводе с французского означает «читатель». Механизм выглядел как небольшой планшет, имел железный корпус и кнопочную панель. Из-за своей высокой цены гаджет не получил широкого распространения и не стал коммерчески успешным продуктом.

В том же году компания Palm создала более удачную модель е-книги. Благодаря своему размеру, весу и относительно небольшой стоимости устройство вызвало ажиотаж на рынке. С 1998 года было выпущено несколько серий электронных книг и стали называться PalmPilot. Другие организации быстро отреагировали на повышающийся спрос и начали выпуск электронных книг, используя операционную систему от Palm. Но у этих гаджетов были заметные недостатки: кнопки, которые занимали большую часть дисплея, маленький экран, все это доставляло неудобства процессу чтения.

Рынок е-книг до 2007 года развивался очень медленно. В том году была изобретена новая технология – «электронная бумага», которая кардинально изменила ситуацию на рынке. Суть данной технологии – показ изображения в отраженном свете. Такое нововведение позволило читать больше времени без усталости глаз. Вдобавок они имеют значительную энергоемкость, потребление энергии необходимо только в момент смены изображения.

19 ноября 2007 год – важный день в истории е-книг. В этот день крупнейший интернет-магазин Amazon предложил читателям абсолютно новый продукт –

электронная книга Kindle. Особенностью устройства было возможность не только читать книги, но и доступ к онлайн-магазину Amazon через интернет-соединение для скачивания файлов. Kindle без сомнений произвел революцию на рынке книг. Раньше электронные книги предназначались для небольшой группы населения, которые интересовались цифровым миром. Amazon сделал доступный и интуитивно понятный товар для огромной массы. Чтобы пользоваться Kindle, не нужно быть профессиональным компьютерщиком.

Рынок бумажных книг в России долгое время не показывал рост. С 2008 года количество экземпляров печатного издания падали, а вместе с ним и выручка издательских компаний. Средний тираж книги в РФ — 2-3 тыс. экземпляров.

Согласно статистике российской книжной палаты в 2018 году было напечатано 432,3 млн книг, что на 8,3% меньше, чем в 2017. Показатель достигнул минимум за последние 11 лет (совокупное издание за это время упало на 43,1%). За первые 9 месяцев 2019 года выпущено 194,2 млн экземпляров (на 10,6% меньше, чем за 9 месяцев 2018 года). Но, несмотря на это растет выручка книжных издательств за последние 3 года. По данным федерального агентства Роспечать, в 2018 году выручка составила 74,95 млрд рублей, показав рост в 1,4%. Согласно прогнозу Роспечати, до конца 2019 года обороты бумажных книг вырастут еще на 3%, до 77,2 млрд рублей. Участники данного рынка предполагают, что на положительный результат сказывается спад «цифрового бума» 2014-2016 годов, когда в России активно распространялись электронные форматы, а также мировой тренд возобновления бумажных книг.

Главными каналами продажи бумажных изданий являются традиционные книжные магазины и онлайн ритейлеры. Лидером онлайн-магазина является Ozon, которая еще имеет базу редких книг.

Доля офлайн магазинов – 40%, а оборот более 30 млрд рублей, что меньше на 3,5% по сравнению с 2017 годом. Основными игроками на этом рынке выступают объединённая федеральная сеть «Читай-город — Буквоед» (доля 14,3%). Несмотря на совокупный спад выручки книжных магазинов у сети оборот выросла почти на 13%, до 12 млрд рублей (общая выручка объединенной сети — 22,5 млрд рублей).

НДС на бумажные книги, оказывает большое влияние на продажу. Ставка оставалась неизменной с 2000-х годов (10%), а в 2018 году было предложено отмена льготы на уровне правительства. По мнению издательств такая мера станет разрушительной для отрасли.

На конец 2018 года доля электронных книг составляет 6,7%, на аудиокниги приходится – лишь 1,2%, а доля печатных – 92,1%. В общем с 2013 – 2018 гг. объем российского рынка е-книг вырос с 420 млн.руб. до 2.7 млрд.руб. По прогнозу «Эксмо-АСТ» в 2022 году на рынке будут расти электронные и аудиокниги на 30% и 40%. Одной из крупных компаний на рынке электронных книг на данный момент является ЛитРес, который включает сервисы: ЛитРес, Самиздат, Чтец, MyBook, «Звуки слов», Comics Time, LiveLib. По словам Сергея Анурьева, генерального директора ЛитРес на рост е-книг повлияла федеральная рекламная кампания бренда, которая проводилась на телевидении. Такое продвижение было нестандартным для интернет-сервиса, но оно показало отличный результат. Для прослушивания аудиокниг чаще потребители предпочитают нон-фикшн, продажи данного жанра составило 50% в библиотеке ЛитРес.

По данным опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ)¹ каждый второй житель России читает книги (53%), этот показатель немного ниже статистики прошлого года (55%). Среди читающего населения 83% - молодые люди в возрасте 18-24 лет, 59% - женщины, 61% - население в возрасте 25-34 лет. Также чаще читают книги респонденты с высшим образованием (68%).

¹ Опрос 6 августа 2018г. В исследовании приняли участие 1600 респондентов в возрасте от 18 лет. Источник: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9841>.

Каждый читающий участник опроса за последние 3 месяца прочел 5 книг. Получилась интересная ситуация с покупкой: количество покупок книг превышает их чтение, 88% опрошенных купили книги в 2019 году. Самыми популярными жанрами остаются нехудожественная и детская литература. Взрослая художественная теряет читателей. Лидируют в этом сегменте Дарья Донцова, Стивен Кинг и Александра Маринина.

Если сравнить электронные книги с бумажными, то главный аргумент – удобство, их можно читать с любого устройства. Все книги в одном месте, по настроению можно наслаждаться несколькими одновременно, это помогает освободить пространство в квартире. Не менее важный фактор – цена, электронная версия стоит намного дешевле. Например, книга «Sapiens. Краткая история человечества» на ЛитРес стоит 280 руб., а за печатную версию на OZON придется заплатить 466 руб. Иногда в электронных библиотеках можно встретить редкие произведения, которых невозможно найти в бумажном варианте. Создатели программ и приложений для чтений регулярно улучшают сервис, предлагая разные способы использования. Приложение MyBook предоставляет книжную подписку: можно заплатить за месяц и получить доступ к каталогу приложения. MyBook предлагает два вида подписки: стандартная содержит 127 тыс. книг, а в пакет премиум входит все 143 тыс. книг.

В последнее время набирают популярность аудиокниги. Данная тенденция связана с ритмом жизни больших городов. Любители книг не всегда успевают читать, а с помощью аудиокниг можно совмещать некоторые занятия, например, прогулку, вождение автомобиля.

Несмотря на массу достоинств цифровых книг не все люди готовы отказаться от бумаги, ведь чтение для них не только способ получения информации, но и приятное времяпрепровождение в уютном диване с горячим какао. Тактильные ощущения, запахи, интересный шрифт доставляют необыкновенное удовольствие и подчеркивает индивидуальность каждой книги, но все вместе создают целый мир.

Ученые проводили опыты с целью сравнить степень усваивания информации при использовании разных носителей информации и пришли к выводу, что бумага в этом вопросе намного опережает. Для глубокого запоминания мозг собирает зацепки, «якоря». Когда человек читает с бумаги в качестве зацепок выступают все, что было выше перечислено: красивая обложка, формат издания, тип страниц. Благодаря этих особенностей мозг создает ассоциации с информацией, с помощью которой он выискивает эти данные в памяти. Из-за того, что в электронной книге все документы одинаковые, мозгу не за что зацепиться. Также учеными доказано, что с бумажных носителей человек получает более яркие эмоциональные ощущения, так как активность нервной системы в этом случае в два раза выше.

Коллекция книг в доме эффективнее стимулирует детей к чтению. У них будет возможность рассматривать красочные обложки, прочитать несколько страниц и возможно книга вызовет интерес у юного читателя.

Книжные магазины в торговых центрах – отличная реклама, поэтому следует увеличить количество точек розничных сетей. Поход в торговые центры для россиян это не только покупка необходимых вещей, но и вариант для отдыха с семьей, друзьями, где можно провести целый выходной день. Книжные магазины с красивым фасадом будут привлекать внимание, а большой ассортимент и яркие обложки книг будут стимулировать на импульсивные покупки.

По мнению большинства читателей, профессиональную литературу комфортнее читать с бумаги, так как удобно делать заметки, клеить стикеры и найти необходимую страницу. Учитывая эти потребности аудитории книжным издателям и магазинам необходимо расширять ассортимент образовательной литературы, к тому же такие книги всегда актуальны.

Еще одной причиной, почему люди любят читать бумажные книги, является процесс покупки: прогулка по книжным полкам, знакомства с новыми авторами, возможность прочитать несколько страниц, просмотр оглавления книги. В

современных условиях конкуренции недостаточно открыть книжный магазин с простыми полками, необходимы красивый интерьер и уютная атмосфера. Выбор книги занимает много времени, поэтому наличие диванов, мягких пуфиков в зале магазина позволит покупателям не устать. Невозможно обойтись без акции, скидок и подарков постоянным клиентам. Маленькая вещица, например, закладка для книг или наклейка может не только порадовать покупателей, но и заставить их совершать больше покупок. Согласно одному из принципов убеждения Роберта Чалдини, когда человек что-то получает, это побуждает его дать что-то взамен. Человеческие существа очень не любят чувствовать себя в долгу перед другими.

Вопреки предсказаниям экспертов бумажные книги до сих пор не исчезают с прилавков, но даже показывают постепенный рост. У бумажных книг всегда будут свои поклонники, ведь они дарят эмоции и несут культурную ценность. А задачей книжных издательств и магазинов остается дарить эти самые эмоции.

Список литературы

1. *Аверина Н.В.* Реклама в книжной торговле. Современные стратегии и методы. Дисс. канд. фил. наук. Санкт-Петербург, 2011.
 2. *Берштадт А.Б.* Реклама книги в книговедении в издательском деле. Дисс. канд. фил. наук. Моск. Гос. университет печати. Москва, 2009.
 3. Книги – это бумага. Как интернет меняет книжный рынок. [Электронный ресурс] // Новый проспект. Режим доступа: <https://newprospect.ru/knigi-eto-bumaga-kak-internet-menyaet-knizhnyy-rynok/> (дата обращения: 26.12.2019).
 4. Книголюб 2019. [Электронный ресурс] // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9841/> (дата обращения: 26.12.2019).
 5. Статистический учет печатной продукции России. [Электронный ресурс] // Российская книжная палата. Режим доступа: <http://www.bookchamber.ru/statistics.html/> (дата обращения: 26.12.2019).
-

ВИДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТОВАРА

Слепцова Ю.Н.

Слепцова Юлия Николаевна - студент,
кафедра маркетинга,
Российский университет дружбы народов, г. Москва

Аннотация: в данной статье дается определение жизненного цикла товара. Даны описания наиболее часто применяемых маркетинговых стратегий на различных этапах жизненного цикла товара. В качестве примера исследован напиток кола компании *The Coca-Cola Company*.

Ключевые слова: жизненный цикл товара, стадия внедрения, стадия роста, стадия зрелости, стадия спада, виды кривых жизненного цикла товара, маркетинговые стратегии.

В настоящее время ни для кого не секрет, что интенсивность продаж товара в различные временные промежутки может существенно меняться. Впервые на данную закономерность обратил внимание Теодор Левитт в своей работе «Используйте жизненный цикл продукта», написанной в 1965 году. Именно в ней было дано классическое определение жизненного цикла товара (ЖЦТ). Итак, ЖЦТ – это период с момента первого вывода продукта (товара) на рынок до его последней продажи. Находясь в рыночном пространстве, согласно классической теории, товар проходит через следующие этапы: внедрение на рынок, рост, зрелость и спад. При этом каждый этап отличается от предыдущего изменениями объема продаж и величиной прибыли.

Каждая стадия жизненного цикла товара, ввиду своих отличий и нюансов, требует применения различных маркетинговых стратегий. Под маркетинговой стратегией подразумевают последовательную деятельность фирмы в установленной ситуации на рынке, которая и задает вектор применения маркетинга для достижения эффективного результата.

На этапе внедрения первостепенной задачей стоит максимально глубокое проникновение на рынок. Делая акцент всего на двух элементах комплекса маркетинга – цене и продвижении, указанная задача может достигаться при использовании одной из следующих альтернативных стратегий:

1. Быстрое «снятие сливок». Данная стратегия предполагает установление цены на высоком уровне для получения соответствующей прибыли с продажи товара. Используя различные СМИ, компания усиленно продвигает новый продукт, дабы заверить рынок в преимуществе данного товара даже при столь высокой цене. Описанная стратегия используется в ситуации, когда:

- а) значительная доля потенциального рынка еще не знакома с товаром;
- б) имеются потребители, которые уже знакомы с товаром и нацелены на его приобретение даже по завышенной цене;
- в) компания осознает преимущества своего товара и готова к потенциальной конкурентной борьбе.

2. Быстрое (широкое) проникновение на рынок. Характеризуется низкой ценой, установленной на новый товар, и усиленным продвижением. Указанная стратегия позволяет достаточно быстро войти в рынок и завоевать в нем значительную долю. Ее применяют при следующих условиях:

- а) рынок имеет значительные размеры;
- б) потребители недостаточно информированы о товаре;
- в) большинство покупателей достаточно чувствительны к уровню цен, т.е. спрос на данный товар эластичен;
- г) имеется возможность для появления сильных потенциальных конкурентов;

е) проявляется эффект масштаба и себестоимость товара снижается.

3. Медленное «снятие сливок». Стратегия предполагает установление высокой цены при низких затратах на продвижение и рекламу. Такое сочетание позволяет максимально повысить прибыль, получаемую от реализации товара на рынке. Необходимые условия для применения данной стратегии следующие:

- а) потребительский рынок ограничен по размерам;
- б) большая часть потребителей уже осведомлена о товаре;
- с) готовность потребителей платить за товар по высокой цене;
- д) на рынке возможна незначительная конкуренция.

4. Пассивный маркетинг (медленное проникновение). В данном случае устанавливаются как низкие цены на товар, так и низкий уровень расходов на продвижение. Как правило, такая стратегия применяется, когда:

- а) размеры рынка весьма значительны;
- б) значительная часть потребителей хорошо осведомлена о товаре;
- с) наблюдается достаточно высокая чувствительность покупателей к цене;
- д) имеется определенная конкуренция.

На этапе роста главной задачей для компании становится укрепление занятого положения и максимизация доли рынка. Затраты на стимулирование сбыта немного уменьшаются в связи с активным потребительским спросом, сформированном на этапе внедрения. В это время появляется значительное количество конкурентов, намеревающихся вести борьбу за рынок. Меры по борьбе с конкурентами могут быть следующие:

- 1) укрепление положения товара на рынке при помощи его модификации и/или модернизации;
- 2) репозиционирование продукта для выхода на новые рынки;
- 3) увеличение точек сбыта;
- 4) стимулирование продаж при помощи PR-кампаний;
- 5) изменение цены для привлечения новых покупателей.

На данном этапе компания стоит на распутье между завоеванием большей доли рынка и значительной прибылью в настоящий момент. Дело в том, что, расходуя средства на модификацию, модернизацию товара, стимулирование сбыта и т. д., у нее появляется шанс завоевать лидирующее положение на рынке, обогнать своих конкурентов. Т. е. компания жертвует сиюминутной прибылью в пользу возможной будущей.

На этапе зрелости все внимание компании сосредоточено на защите положения, которого ей удалось достигнуть на предыдущем этапе ЖЦТ. Для обеспечения получения максимальной прибыли и защиты завоеванной доли рынка можно использовать следующие стратегии:

1. Модификация рынка. Данная стратегия взаимодействует с двумя факторами, которые существенным образом влияют на объем реализованного товара – число потребителей и частота использования. Число потребителей может возрасти, если сделать своими покупателями нынешних пользователей товара, запустить товар на новые сегменты рынка или же просто переманит к себе клиентов своих конкурентов. Что касается частоты использования, то здесь можно убедить потребителя чаще использовать товар, в большем количестве или доказать возможность применения товара в различных случаях.

2. Модификация элементов комплекса маркетинга. Предполагает изменение характеристик одного или же нескольких элементов – товара, цены, сбыта и продвижения. Схожа с действиями, предпринимающимися на предыдущем этапе ЖЦТ.

На этапе спада основной задачей компании становится минимизация расходов и извлечение оставшейся прибыли. На данном этапе товар стремительно снижается в цене, что делает поддержание его производства и продвижения достаточно затратным занятием. С товаром, вступившим в стадию спада, компания может поступить следующим образом:

1. Продолжить производство и продажу товара, рассчитывая на уход конкурентов с рынка.

2. Сократить до минимума все издержки, связанные с товаром на стадии спада. Данный шаг компании следует предпринять в случае, если есть шанс на то, что уровень потребления еще продержится на достаточном уровне. Это может гарантировать краткосрочное увеличение прибыли.

3. Прекратить выпуск товара.

В качестве примера ЖЦТ рассмотрим напиток кола от The Coca-Cola Company.

Впервые указанный напиток начал продаваться в аптеке в городе Атланте еще в мае 1886 года. На **этапе внедрения** применялась стратегия пассивного маркетинга. Цена напитка была достаточно низкой – всего 5 центов за стакан (напиток продавался на разлив), а для привлечения покупателей и их информирования использовались большие плакаты, где от руки было написано название товара шрифтом Spencerian, а также слоган «Пейте Coca-Cola. Вкусную и освежающую». Позиционировалась Coca-Cola и как лекарство от мигрени и депрессии, и как освежающий напиток от жажды. Покупателями становились в основном «новаторы», открытые ко всему новому, интересному. Соответственно, на тот момент объем продаж был весьма низким. Первый год после выхода на рынок напитка Coca-Cola принес лишь убытки владельцу (Пембертону) данного товара. На втором же продажи немного улучшились, и права на Coca-Cola были проданы бизнесмену Азу Гризз Кэндлеру, спустя 5 лет основавшего The Coca-Cola Company.

Вместе с Кэндлером напиток Coca-Cola вступает во второй этап жизненного цикла – **стадию роста**. В продвижении делается акцент на отличительных свойствах и характеристиках товара от конкурентов. Пользуясь ресурсами компании, Кэндлер разрабатывает и использует новые формы маркетинговой деятельности.

1. Чтобы повысить информированность о напитке, в аптеки поставлялись бесплатные партии Coca-Cola в обмен на адреса посетителей, которым почтой высылались талоны на бесплатное приобретение напитка.

2. Для того чтобы выделиться на полке среди других конкурентов, в 1898 году была разработана особая форма бутылки, внешне напоминающая плод какао. По задумке предполагалось, что такая форма будет узнаваемой «на ощупь, в темноте и даже в разбитом виде».

3. С целью демонстрации особого отношения к своим покупателям и, опять-таки, для выделения среди конкурентов, напиток должен был попадать к покупателю с температурой 2-4 градуса по Цельсию. Для обеспечения данной задумки Coca-Cola начала продаваться в специальных холодильниках, выступающих в роли POS-материалов для привлечения внимания.

4. При покупке напитка в различные праздники, покупатель мог также получить и брендовый подарок, например: плакат, кружку, брелок. Раньше такой подход был редкостью и несомненно вызывал особое внимание со стороны потребителя.

5. В 1931 году была запущена рекламная кампания со всеми известным Санта-Клаусом. Придуманный образ оказался настолько удачным, что и до сих пор у большинства американцев (и не только) Coca-Cola ассоциируется с зимними праздниками. А Санта-Клаус стал неким символом напитка.

6. Важно также отметить, что цена на напиток Coca-Cola в бутылке оставалась на одном уровне около 70 лет.

Реклама напитка стала активно появляться в различных модных журналах, на плакатах на улицах и дорогах. Реклама всегда была яркой и запоминающейся, в ней принимали участие многие артисты и спортсмены, что, несомненно, приковывало внимание и повышало популярность и узнаваемость Coca-Cola.

На стадии роста напитка компания поставила перед собой цель увеличить долю рынка. Для этого постепенно расширяется рынок сбыта – сначала все точки продаж были сосредоточены в штате Джорджия, затем начинают появляться в

штатах Техас, Иллинойс и Калифорния. К 1895 году напиток Coca-Cola продается на всей территории Америки. Первыми странами, куда попал данный напиток, становятся Куба и Панама в 1906 году. Пройдет еще около 30 лет, и сбыт будет налажен в 44 странах.

Этап зрелости напитка Coca-Cola начинается примерно с 70-80-х годов двадцатого столетия и характеризуется максимальным уровнем продаж и прибыли. На данной стадии компания продолжает постепенно наращивать объем сбыта и прибыли по миру. Продолжаются строиться заводы уже по всему миру, благодаря чему расширяются каналы сбыта и реализации. В 1988 году опросы, проведенные компанией Landor & Associates по всему миру, показали, что Coca-Cola – самый популярный напиток в мире. Через 10 лет объем продаж напитка увеличился настолько, что за один только 1997 год было продано столько, сколько компания продала за последние 75 лет.

Однако компания не собирается останавливаться на достигнутом. Создаются различные вариации товара Coca-Cola Classic – Coca-Cola Zero, Coca-Cola Cherry и Coca-Cola Vanilla. На различные праздники и интересные события покупателей всегда ждет обновленный дизайн упаковки. Кроме этого, увеличивается и разнообразие объема упаковки для напитка – он может быть 0,25л, 0,33л, 0,5л, 1л, 1,5л и 2л, что позволяет потребителям выбрать размер нужной порции под каждый случай.

Происходит запуск новых рекламных и PR-кампаний: «Это твоя Coca-Cola», «Будь Сантой», «Слушай свое лето», «Насладись кино дома с Coca-Cola» и др. Помимо этого Coca-Cola является организатором и спонсором Олимпийских игр, FIFA и т. д. Активно используется продакт-плейсмент, коллаборации, конкурсы, розыгрыши и др.

Что касается **стадии спада**, то напиток Coca-Cola до сих пор остается востребованным продуктом на рынке. Если и намечает хоть незначительный спад продаж, то компания начинает активные действия по стимулированию спроса. В этом случае можно говорить о том, что ЖЦТ имеет вид кривой новых подъемов.

Но следует отметить, что существенные падения объемов продаж все же существовали. Так в начале 00-х годов двадцатого века благодаря статье в «New York Tribune» общественность бойкотировала потребление напитка Coca-Cola. Дело в том, что в указанной статье утверждалось, что именно данный напиток, в то время еще содержащий листья коки, стал причиной многих беспорядков – «упившиеся им афроамериканцы» из бедных районов города начали нападать на людей. The Coca-Cola Company приняла меры – состав напитка был изменен, в нем перестал присутствовать кокаин.

Следующий значительный спад продаж произошел во время начала «войны» с компанией Pepsi. Сильная рекламная кампания конкурента с лозунгом «Новое поколение выбирает Pepsi» поспособствовало переходу значительного числа молодых потребителей к данной компании. Ее успеху поспособствовало противопоставление детей и их родителей, которые в то время предпочитали напиток Coca-Cola. Выйти из данного положения помогла новая рекламная кампания «Всегда Coca-Cola», где ставка делалась на вечные ценности. Выбор молодежи в пользу Pepsi представлялся теперь как нечто непостоянное и изменчивое.

Согласно неким статистическим данным, 94% жителей планеты хоть раз, но слышали о напитке Coca-Cola. Кроме того, значительная часть любит и потребляет данный товар. Такой популярности поспособствовала грамотная маркетинговая стратегия на всех этапах жизненного цикла продукта.

Список литературы

1. *Альтиулер И.Г.* О стратегии, маркетинге и консалтинге. Занимательно – для внимательных. М.: Издательский дом «Дело», 2014. С. 59-64.
2. *Бест Р.* Маркетинг от потребителя. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. С. 136-140.

3. История Coca-Cola в мире // Coca-Cola Journey. [Электронный ресурс], 2019. Режим доступа: https://www.coca-colarussia.ru/our-company/world_history/ (дата обращения: 20.11.2019).
4. *Калуужский М.Л.* Практический маркетинг. М.: Директ-Медиа, 2017. 185 с.
5. *Коллинз Д.* От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет... М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 368 с.

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРОЦЕССА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Вышегородцева Т.В.

*Вышегородцева Татьяна Владимировна – студент,
кафедра экономики и экономической безопасности,
Воронежский филиал*

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Воронеж

Аннотация: актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью комплексного подхода к оценке эффективности процесса прогнозирования состояния экономической безопасности на предприятии.

Ключевые слова: безопасность, экономическая безопасность, прогнозирование, прогноз, методический подход.

На данном этапе развития экономической системы вопросы прогнозирования состояния экономической безопасности хозяйствующего субъекта еще недостаточно хорошо изучены в теоретическом плане и довольно слабо адаптированы к практической деятельности.

Если проанализировать научную литературу можно дать определение понятию «подход» как ряд принципов, которые определяют стратегию исследования, при этом каждый принцип упорядочивает нахождение решений относительно конкретных противоречий, которые появляются в процессе исследования, а их содействие – это путь к решению основных его противоречий. И.А. Зимняя считает, что по своему определению термин «подход» многозначен. По ее мнению, подход — это «глобальная и системная организация и самоорганизация процесса, включающая все его компоненты и прежде всего самих субъектов» [2, с. 23]. Таким образом, изначальное содержание определения «подход» - определенная идея, концепция, совокупность принципов, которые объясняют организацию того или иного явления, процесса.

Проблема оценки состояния экономической безопасности предприятия - актуальна в отечественной и зарубежной научной литературе. Решение этой задачи осуществляется в основном с помощью грамотного прогнозирования состояния экономической безопасности организации. Исходя из этого требуется методика, используя которую можно провести исследование процесса прогнозирования состояния экономической безопасности организации.

Анализ существующих в научной литературе методик позволяет заключить, что в настоящее время методика исследования прогнозирования состояния экономической безопасности предприятия отсутствует.

В этой связи актуальной становится разработка данного методического подхода для оценки процесса прогнозирования состояния экономической безопасности предприятия.

Предлагаемый методический подход исследования процесса прогнозирования состояния экономической безопасности включает в себя восемь основных этапов:

- формирование информационной базы для исследования;
- анализ прогнозных документов, используемых на предприятии, позволяющих исследовать процесс прогнозирования состояния экономической безопасности предприятия;
- анализ показателей, которые можно использовать в исследовании процесса прогнозирования состояния экономической безопасности предприятия;
- формулирование выводов о состоянии экономической безопасности по исследуемым показателям;
- оценка эффективности прогнозирования состояния экономической безопасности предприятия;
- выделение приоритетных проблем в процессе прогнозирования состояния экономической безопасности, требующих управленческих решений;
- оценка эффективности прогнозирования состояния экономической безопасности;
- формулирование выводов и разработка предложений по улучшению процесса прогнозирования состояния экономической безопасности.

Основной целью разработки методического подхода к исследованию процесса прогнозирования состояния экономической безопасности является повышение качества прогнозирования и обеспечение его максимальной эффективности.

Исходя из поставленной цели при реализации предложенного методического подхода обеспечивается решение данных задач:

- оценка качества прогнозирования состояния экономической безопасности;
- оценка эффективности реализованных прогнозов;

Научная новизна предлагаемого подхода заключается в том, что методика позволяет комплексно определить эффективность процесса прогнозирования состояния экономической безопасности на предприятии.

Рекомендуемые этапы к исследованию процесса прогнозирования экономической безопасности предприятия представлены на рисунке 1.

Практическая значимость исследования определяется возможностью применения предлагаемой методики исследования процесса прогнозирования состояния экономической безопасности предприятия в качестве методической базы, аналитической и информационной основы для совершенствования процесса прогнозирования на предприятии.

Первым шагом в исследовании процесса прогнозирования предприятия является определение источников информации. Информационной базой исследования процесса прогнозирования экономической безопасности являются:

- отчет о финансовых результатах;
- бухгалтерский баланс;
- отчет о движении денежных средств;
- стратегия развития предприятия;
- ключевые направления деятельности;
- результаты опросов сотрудников предприятия;

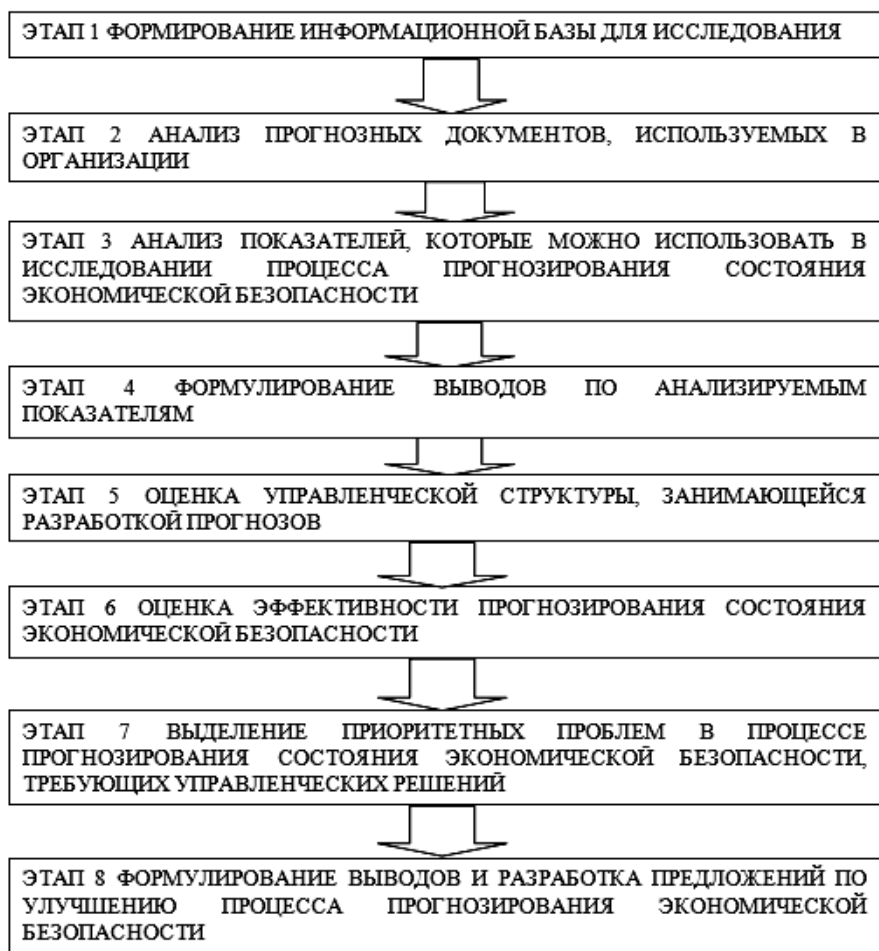


Рис. 1. Методический подход к исследованию процесса прогнозирования состояния экономической безопасности предприятия

На втором этапе проводится анализ прогнозных документов, используемых на предприятии. Прогнозные финансовые документы содержат предсказание того, какой станет финансовая отчетность в будущем при условии выполнения ряда предложений о предстоящей деятельности предприятия и его потребностях в дополнительном финансировании. Такими документами являются:

- прогноз баланса;
- бизнес-план;
- стратегический отчет;
- производственная программа и т.д.

В списке, приведенном выше, содержатся основные прогнозные документы предприятия. Их единство, целостность, взаимосвязь могут отражать точную оценку состояния экономической безопасности предприятия.

На третьем этапе производится анализ показателей, которые можно использовать в исследовании процесса прогнозирования экономической безопасности.

Таблица 1. Показатели оценки состояния экономической безопасности предприятия

Показатель	Формулы
Технико-технологическая безопасность	Фондоотдача
	Ресурсоотдача
	Удельный вес оборудования со сроком эксплуатации по 10 лет
	Доля НИОКР в объеме работ
	Продолжительность операционного цикла
Финансовая безопасность	Эффект операционного рычага
	Длительность оборота дебиторской задолженности
	Длительность оборота кредиторской задолженности
	Запас финансовой прочности
	Рентабельность активов
	Рентабельность продаж
	Рентабельность собственного капитала
	Коэффициент финансовой независимости
	Коэффициент финансового левериджа
	Коэффициент абсолютной ликвидности
	Коэффициент платежеспособности
	Коэффициент покрытия процентных выплат
	Коэффициент текущей ликвидности
	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами
Кадровая безопасность	Средневзвешенная стоимость капитала
	Экономическая добавленная стоимость
	Текущесть кадров
	Показатель изобретательской активности
	Задолженность по заработной плате
	Темп прироста среднегодовой выработки промышленно-производственного персонала
Информационная безопасность	Уровень заработной платы
	Продолжение таблицы 1
	Коэффициент полноты информации
	Коэффициент точности информации
	Удельный вес затрат на обеспечение информационной составляющей в общих бюджетных затратах
	Удельный вес судебных и арбитражных разбирательств в общей сумме хозяйственных договоров
	Доля выигранных разбирательств
Правовая составляющая	Удельный вес сотрудников юридической службы
	Сальдо штрафных санкций по договорам
	Доля затрат на юридическое обеспечение деятельности в общей сумме затрат

Показатели оценки состояния экономической безопасности представлены в таблице 1.

Для эффективного функционирования любой организации и для улучшения состояния её экономической безопасности необходимо анализировать показатели, влияющие на него.

На данном этапе анализируются показатели, используемые на предприятии, позволяющие исследовать состояние экономической безопасности предприятия.

Осуществляется анализ динамики представленных показателей. Система показателей, которая используется по методике Кавыршиной О.А. [3, с. 158]

Результаты анализа показателей оценки состояния экономической безопасности предприятия показывают уровень эффективности прогнозирования его деятельности и отражают перспективы развития.

На четвертом этапе исследования процесса прогнозирования экономической безопасности необходимо дать общие выводы по рассмотренным показателям.

Данный шаг заключается в актуализации выбранных показателей оценки состояния экономической безопасности.

Следующим этапом исследования процесса прогнозирования является изучение структуры, которая занимается разработкой прогнозов. К персоналу, осуществляющему процесс прогнозирования состояния экономической безопасности в организации, относятся все специалисты, в той или иной мере выполняющие функции прогнозирования. Работникам, выполняющим эти функции, приходится решать разнообразные задачи, как, например, постановка целей организации различного временного горизонта, определение приоритетов и направлений инвестирования средств и др. [2, с. 352]

Качество прогнозирования во многом определяется уровнем подготовленности работников организации по следующим критериям:

- теоретическая подготовка;
- опыт и квалификация;
- понимание того, что прогноз - это система сознательно принимаемых решений;
- умение предвидеть последствия принимаемых мер.

Шестой этап исследования процесса прогнозирования экономической безопасности представляет собой выявление приоритетных проблем в процессе прогнозирования.

Седьмым этапом исследования процесса прогнозирования состояния экономической безопасности является оценка эффективности реализованных прогнозов. В сложившейся теории и практике прогнозирования организации вполне различимы критерии и показатели экономической эффективности. Показатели эффективности характеризуют общую концепцию развития производства и в большей степени его качественную сторону. Они должны быть нацелены на повышение устойчивости воспроизводства. Устойчивость совокупности показателей прогноза обеспечивает его надежность. Эффективность прогноза может быть рассмотрена и как комплексное свойство ведения хозяйства, его компонентов и элементов. В конечном счете, надежность выполнения плана обеспечивается надежностью технических, технологических и организационных элементов. Эффективность прогнозирования можно оценить с помощью использования следующих показателей:

- коэффициент действенности прогноза, который рассчитывают, как отношение достигнутых результатов к прогнозируемым;
- коэффициент экономичности прогноза, его определяют как отношение запланированных затрат к фактическим;
- прибыльность - отношение суммы прогнозируемых доходов к сумме прогнозируемых расходов (затрат)

На заключительном этапе исследования процесса прогнозирования экономической безопасности необходимо дать общие выводы и разработать рекомендации по совершенствованию процесса прогнозирования состояния экономической безопасности. На данном этапе могут формулироваться предложения о корректировке процесса прогнозирования экономической безопасности, совершенствовании существующих методов, предложение новых.

Таким образом, подведем итоги. В последние годы проблема исследования процесса прогнозирования состояния экономической безопасности требует пристального внимания руководства организаций и научного сообщества.

Исследование процесса прогнозирования состояния экономической безопасности является приоритетным в экономическом развитии предприятия на долгосрочную перспективу. Повышение уровня планирования и обеспечение максимальной эффективности – основа успешного функционирования предприятия.

Список литературы

1. *Басовский Л.Е.* Прогнозирование и планирование в условиях рынка. М.: Инфра-М, 2018. 352 с.
2. *Зимняя И.А.* Осваиваем социальные компетентности. М.: НПО «Модэк», 2011. 591 с.
3. *Кавырина О.А.* Методика оценки экономической безопасности хозяйствующих субъектов// Современные проблемы обеспечения экономической безопасности на макро- и микроуровнях: коллективная монография. Воронеж: Издательство Издательско-полиграфический центр, 2018. С 149-165.

PECULIARITIES OF TEACHING WRITING

Seit-Asan F.E.¹, Umirboyeva Sh.F.², Khakimov Kh.I.³

¹Seit-Asan Feride Ernestovna – Student;

²Umirboyeva Shahribonu Foziljon qizi – Student,
ENGLISH PHILOLOGY FACULTY;

³Khakimov Khamidulla Inamovich – Teacher,
UZBEK STATE WORLD LANGUAGES UNIVERSITY,
TASHKENT, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: the article deals with the issues on teaching writing. As to the article, assessment is a part of the lesson during which the teacher evaluates how students have mastered the material and use it in reception and production of texts in the oral and written forms. Also, author studies theoretically the specific features of teaching writing, characteristics of writing technique and types of errors and working with during the lesson.

Keywords: learning difficulties, errors, writing, gap-filling, guided writing, instructions, accuracy, grammar, task achievement, draft.

Writing is a complex communicative activity. It helps to communicate in the written form with the help of graphical symbols. Writing is a type of speech activity as "a communicative skill to encode, store and send messages with the help of written symbols". The product of this type of speech activity is a text for reading.

Writing techniques and activities can be characterized as controlled (for providing the content and form), guided (as free but a form is given) and free. (Controlled writing proposes using the following activities: coping, gap-filling, re-ordering words, substituting, correcting the facts and dictation.

Writing involves content, organization, style, syntax, mechanics, grammar and spelling. It was pointed out that "If we limit our feedback to pointing out or correcting errors, our pupils will concentrate on producing error-free writing, neglecting the interest or even the meaning of the content. The equation teaching writing - error elimination is counterproductive". So it is necessary to conduct feedback in fair balance of content feedback and form feedback.

There are different types of writing performance in English which should be assessed. *Imitative*: at this stage, form is the primary concern to assess learner's skills in the fundamental and basic tasks of writing letters, words, punctuation, and very brief sentences. This category also includes the ability to spell correctly and to perceive phoneme-grapheme correspondences in the English spelling system.

Intensive: this refers to producing appropriate vocabulary within a context, collocations and idioms, and correct grammatical features up to the length of a sentence. *Responsive*: assessment tasks here require learners to perform at a limited discourse level, connecting sentences into a paragraph and creating a logically connected sequence of two or three paragraphs. Form-focused attention is mostly at the discourse level, with a strong emphasis on context and meaning.

Extensive writing implies successful management of all the processes and strategies of writing for all purposes, up to the length of an essay, a term paper, a major research project report, or even a thesis. Students focus on achieving a purpose, organizing and developing ideas logically, using details to support or illustrate ideas, demonstrating syntactic and lexical variety, and in many cases, engaging in the process of multiple drafts to achieve a final product.

The experienced teachers consider that teachers should ignore the language mistakes that do not hinder learning, so teachers may correct only those mistakes which are very basic and those which affect meaning.

Helping the students to concentrate on particular aspects of language, we can tell them that a piece of work will be corrected for only one thing, the use of tenses, for instance. By doing this, we ensure that their work will not be covered by red marks, and we encourage them to focus on particular aspects of written language. We can individualize language work by identifying for each student a few kinds of errors and assigning that focus on these.

Where a piece of writing contains a number of common errors, we may photocopy the work (erasing the writer's name) and show it to the whole class, asking them to identify problems. In this way the attention of the class can be drawn to common mistakes and photocopied document can form the basis for remedial work.

We will learn about our pupils' errors if we give them the opportunity to make them, fix them, and discuss them. We can ask our pupils to discuss where they think their mistakes come from and why they make them. This will help us to realize which mistakes the pupils can recognize and which ones they cannot. Asking the pupils to discuss their mistakes may provide us with wide information about interference, typical mistakes, usage of skills and give us clear evidence of language learning.

A piece of writing (for instance, essay) as a final work at advanced level can be evaluated on the basis of criteria:

- 1) Task achievement: relevance and appropriateness of ideas and examples, coverage, variety, suitability of the text, type and length, awareness of a target reader, precision;
- 2) Organization: cohesion, coherence sequencing, paragraphing, layout and punctuation, length/complexity of sentence, textual fluency;
- 3) Range: structures, vocabulary, appropriateness, flexibility, detail, avoidance of repetition;
- 4) Accuracy: grammar, vocabulary, spelling.

References

1. *Milrud R.P.* English Teaching Methodology. M.: Drofa, 2007. P. 182.
 2. *Balan R., Cehan A. & et al.* In-service Distance Training Course for Teachers of English. Romania: Polirom, 2003. P. 201.
 3. *Brown H.D.* Language assessment - principles and classroom practices. New York: Pearson Education. Inc., 2004.
-

ПРОИСХОЖДЕНИЕ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА

Мусаева М.А.

*Мусаева Манзурахон Ашрабхужа кизи – магистрант,
направление: русская филология (лингвистика),*

Узбекский государственный университет мировых языков, г. Ташкент, Республика Узбекистан

Аннотация: литературный русский язык начал складываться много веков назад. До сих пор в науке идут споры о его основе, о роли церковно-славянского языка в его происхождении. В статье рассматривается проблема определения русского литературного языка древнейшего периода, его материальной основы и корпуса текстов, составляющих сферу литературного языка Древней Руси.

Ключевые слова: литературный язык, древнерусский язык, книжно-славянский литературный язык, народно-литературный язык.

Литературный русский язык развивался в результате впечатлений исследователей от древнерусской письменности, вместе с метафорической картиной жизни языка выписывались в традициях научного слога XVIII – XIX вв. Доломоновское восприятие древнерусских текстов во многом было предопределено «Повестью временных лет», определяющей единство языка и славянской грамоты как показателя общности славян.

Известно, что истоки формирования русского литературного языка уходят вглубь веков. Концепции и разные гипотезы о генезисе и эволюции его актуальны и по нынешний день.

Литературный язык – это одна из форм существования языка, то есть, наряду с диалектами и различными видами разговорной речи. Ключевые особенности русского литературного языка могут быть вполне раскрыты на основе определения его места, занимаемого в системе указанных форм существования языка и в противопоставлении с ним.

Русский литературный язык функционирует с XI в. и имеет древнюю историю. В этих широких хронологических рамках русский литературный язык непременно, претерпел сложную эволюцию. Именно, это привело для необходимости изучения русского литературного языка с точки зрения его истории, истории его изменений и развития. Литературный язык - понятие очень сложное. До сих пор оно не имеет установленного точного определения. Как отмечают многие исследователи, что в определении термина «литературный язык», в них отсутствует точность и определенность. [1; 13]. Например, так считает Л.В. Щерба «Литературный язык» - это самое ценное наследие, полученное нами от предшествующих поколений, ибо оно дает нам возможность выражать свои мысли и чувства, понимать их не только у наших современников, но и у великих людей минувших времен. В литературном языке В.А. Богородицкий видел несомненное торжество прогресса в культуре, то есть мы видим интерпретации термина литературного языка.

В трудах некоторых языковедов, прослеживается направление литературного (подвергнутого обработке, нормированного языка) и письменного языка (фиксирующего на письме все разновидности речи и в том числе бытовую, обиходную речь, просторечие). Например, некоторые исследователи относят к образцам литературного языка частные письма древних новгородцев, часть которых представляет собой обыкновенную фиксацию (письменную) разговорно-бытовой речи. В таком расширенном употреблении литературный язык сливается с языком всего того, что сохранилось в письменной форме от древних эпох и утрачивается «в этом широком речевом море», так пишет В.В. Виноградов [2; 26].

Исходя с этого, что в Древней Руси была сложная двойная система языка, лингвистом, языковедам трудно объяснить генезис современного русского

литературного языка. Взгляды их расходятся, но более знаменитой является концепция академика В.В.Виноградова. В соответствии с этой концепции в Древней Руси функционировали две вариации литературного языка:

1) книжно-славянский литературный язык, основанный на старославянском и используемый особенно в церковной литературе;

2) народно-литературный язык, обоснованный на живом древнерусском языке и используемый в светской литературе.

По мнению В.В. Виноградова, это два типа языка, а не два особых языка, т.е. в Киевской Руси не было двуязычия. Эти два типа языка длительное время взаимодействовали друг с другом. Со временем они сроднились и на их основе в XVIII веке возник общий литературный русский язык. XIX век можно считать первым периодом развития современного литературного русского языка. Этапом развития русского литературного языка принято считать время творчества великого русского поэта Александра Сергеевича Пушкина, которого порой называют создателем современного русского литературного языка. О реформаторском характере творчества поэта писали его современники. Так, Н.В. Гоголь с полным основанием утверждал: «В нем, как будто в лексиконе, заключается все богатство, сила и гибкость нашего языка. Он более всех, он далее раздвинул ему границы и более показал все его пространство» [3; 181].

Высоко оценил роль А.С. Пушкина в формировании литературного языка И.С. Тургенев: «Заслуги Пушкина перед Россией велики и достойны народной признательности. Он дал окончательную обработку нашему языку, который теперь по своему богатству, силе, логике и красоте формы признается даже иностранными филологами едва ли не первым после древнегреческого» [4; 235]. В заключении можно сказать, что А.С. Пушкин в своем поэтическом творчестве и в отношении к языку руководствовался принципом соразмерности и сообразности. Он писал: «Истинный вкус состоит не в безотчетном отвержении какого-то слова, такого-то оборота, но в чувстве соразмерности и сообразности» [5; 15]. Поэтому он не отвергал старославянизмов, не выступал против употребления слов, заимствованных из французского языка, не считал невозможным или зазорным использование простонародных и просторечных слов.

Список литературы

1. *Аванесов Р.И.* О некоторых вопросах истории языка. Сб. академику В.В. Виноградову к его шестидесятилетию. М., 1956. Стр. 312.
2. *Виноградов В.В.* Основные проблемы изучения образования и развития древнерусского литературного языка. М., 1958. Стр. 138.
3. *Русские писатели о языке.* Ленинград. Учпедгиз, 1954. Стр. 460.
4. *Тургенев И.С.* Речь на Пушкинском празднике. // Солнце России. Русские писатели о Пушкине. Век XIX. М., 1999. Стр. 323.
5. *Пушкин А.С.* «Отрывки из писем, мысли и замечания». Напечатано в альманахе «Северные цветы» на 1828 г. Вышел в свет 22 декабря 1827 г. Стр. 286.

МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СТАТУС ГЛАВЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Приймак А.А.

*Приймак Анастасия Александровна – аспирант,
кафедра государственного и муниципального права,
Сургутский государственный университет, г. Сургут*

Аннотация: в статье анализируется множество моделей формирования органов местного самоуправления и их влияние на статус, полномочия, ответственность главы муниципального образования.

Ключевые слова: глава муниципального образования, органы местного самоуправления, представительный орган муниципального образования, глава местной администрации.

Российское законодательство обязывает каждое муниципальное образование сформировать органы местного самоуправления, обеспечивая право граждан решать вопросы местного значения самостоятельно либо через органы местной власти. Существует достаточно альтернатив формирование системы органов местного самоуправления. От выбора определенного порядка структуры и взаимодействия органов и должностных лиц местного самоуправления зависит их эффективность работы, оперативность решения местных вопросов и благосостояние муниципального образования в целом.

Наиболее распространенными и чаще остальных анализируемыми считаются три модели формирования органов местного самоуправления: «слабый мэр - сильный представительный орган», «сильный мэр - слабый представительный орган», и «сити-менеджер» [1, с. 35 - 41]. За ключевую идею классификации данных моделей взято взаимодействие органов и должностных лиц местного самоуправления, т.е. представительного органа, главы муниципального образования и главы местной администрации. В модели «слабый мэр» глава муниципального образования подконтролен «сильному представительному органу», который причастен к избранию главы, делегировании ему полномочий и обладающий вотумом недоверия и правом оправить главу в отставку. «Сильный мэр» подотчетен населению и в свою очередь глава муниципального образования имеет право вето на муниципальные правовые акты, издаваемые представительным органом (у которого отсутствует право реализации досрочного прекращения полномочий главы). В модели «мэр – сити-менеджер» глава муниципального образования исполняет обязанности руководителя местной администрации, осуществляя полномочия только хозяйственной сферы, работает по контракту с представительным органом.

Однако этот перечень моделей не является исчерпывающим. Существуют разнообразные формы избрания главы муниципального образования, влекущие за собой появление соответствующих особенностей статуса главы административно – территориальной единицы, возможны различные варианты формирования представительного органа и вариативность количества и спектра полномочий главы местной администрации. Разнообразие комбинаций порождает многообразие моделей формирования органов местного самоуправления.

1. И глава и депутаты представительного органа могут избираться населением на муниципальных выборах. В этом случае статус главы муниципального образования динамичен.

1.1. Глава муниципального образования исполняет полномочия главы местной администрации. Сильный статус главы опосредует его высокую ответственность (население имеет право отозвать выборное должностное лицо).

1.2. Глава муниципального образования исполняет только свои полномочия. Руководитель администрации – назначаемое по контракту лицо, сити-менеджер. Подобная модель чревата конфликтом интересов и неопределенностью в разделении вопросов ведения. Во избежание конфликтов необходима детально конкретизированная нормативно правовая база.

1.3. Глава муниципального образования совмещает полномочия председателя представительного органа. [5].

1.4. Глава муниципального образования осуществляет полномочия руководителя местной администрации, входит в состав представительного органа и является его председателем. Эта модель возможна для сельского поселения и внутригородского муниципального образования города федерального значения [3]. Глава административно территориальной единицы обладает высокой ответственностью. Нередко происходящие инциденты рассматриваются в Конституционном Суде РФ и Верховном Суде РФ [4].

2. Депутаты избираются населением на муниципальных выборах, глава муниципального образования избирается представительным органом из своего состава.

2.1. В данном случае глава муниципального образования может исполнять полномочия председателя представительного органа и возглавлять администрацию муниципального образования [6].

2.2. Глава совмещает полномочия председателя представительного органа. Руководитель местной администрации назначается на должность по контракту. Уникальность данной модели в том, что в определенных муниципальных образованиях глава муниципального образования осуществляет полномочия на непостоянной основе [7].

2.3. Глава муниципального образования возглавляет местную администрацию. При этом глава прекращает полномочия депутата представительного органа [8].

3. Депутаты избираются населением на муниципальных выборах, глава муниципального образования избирается представительным органом муниципального образования из числа кандидатов, представленных конкурсной комиссией по результатам конкурса.

3.1. Глава муниципального образования возглавляет местную администрацию. Уникальность модели в отсутствие местной администрации. Соответственно не представляется совмещение полномочий главы [9], [10].

3.2. Совмещение главой сельского поселения полномочий главы местной администрации и председателя представительного органа сельского поселения

3.3. Совместно с главой муниципального образования формируется глава местной администрации. Подобная модель формирования органов местного самоуправления законодательно разрешен (Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ), однако на практике подобного инцидента нет ни в одном муниципальном образовании.

Приведенные 10 моделей организации органов местного самоуправления также не являются исчерпывающими. Дополнительные комбинации сформируются, если рассматривать только городские и сельские поселения, являющиеся административными центрами муниципальных районов, возможны модели, присущие только для муниципальных районов, также существуют городские округа с внутригородским делением и поселения, в котором численность жителей, обладающих избирательным правом, составляет не более 100 человек. Перечисленные муниципальные образования имеют свои особенности, а значит и

особенные модели формирования органов местного самоуправления, их полномочия и взаимодействия.

Приблизительно существует не меньше 17 моделей формирования органов местного самоуправления, каждый из которых со своими преимуществами. Законодательство Российской Федерации предусматривает разнообразие альтернатив организации местной публичной власти. Однако широкий спектр законодательных возможностей не всегда гарантирует выбор оптимальной модели организации местной власти с учетом местных особенностей и интересов.

Список литературы

1. *Бабошин О.А.* Конституционно-правовые основы организации муниципальной власти в Российской Федерации // Вопросы управления, 2016. № 1. С. 35-41.
2. *Пахомов А.В.* Территориальная организация местного самоуправления в Республике Крым: в поиске оптимальной модели / А.В. Пахомов // Муниципальное имущество: экономика, право, управление, 2018. № 2. С. 22-27.
3. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». Ч. 3. Ст. 36.
4. Постановление Конституционного Суда РФ от 1 декабря 2015 г. № 30-П; Апелляционное определение Верховного Суда РФ от 2 ноября 2016 г. № 58-АПГ16-9 // СПС «КонсультантПлюс».
5. Устав муниципального образования «Город Екатеринбург» (принят решением Екатеринбургской городской Думы четвертого созыва от 30.06.2005 № 8/1). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.egd.ru/docs/rules#_IV/ (дата обращения: 29.06.2018).
6. Устав внутригородского муниципального образования Санкт-Петербурга муниципального округа Полустрово (принят Постановлением Муниципального Совета муниципального образования Полустрово от 29.06.2005 № 61). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mopolustrovo.ru/info/ustav/> (дата обращения: 24.07.2018).
7. Устав муниципального образования «Славный» // Официальный сайт муниципального образования «Славный». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://slavniy.tularegion.ru/documents/?SECTION=8822/> (дата обращения: 21.06.2018).
8. Устав города Иркутска (принят решением городской Думы города Иркутска от 20.05.2004 № 003-20-430537/4). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://admirk.ru/Pages/Ustav-goroda-Irkutska.aspx/> (дата обращения: 29.06.2018).
9. Устав Березовского района от 22 марта 2018 г. № 251. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.berezovo.ru/city/about/ustav.php?sphrase_id=23749/ (дата обращения: 21.06.2018).
10. Устав Калачинского муниципального района Омской области от 23 июня 2005 г. № 18-РС // СПС «КонсультантПлюс»/ (дата обращения: 21.06.2018).

СОСТОЯНИЕ, ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ПРЕСТУПНОСТИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ

Субботина А.В.

Субботина Анастасия Васильевна – студент-магистрант,
кафедра уголовного права, процесса и национальной безопасности,
Вятский государственный университет, г. Киров

Аннотация: в статье анализируются состояние, динамика и структура преступности несовершеннолетних. По результатам анализа состояния, динамики и структуры преступности несовершеннолетних не возникает сомнений в необходимости исследования ее детерминант, а также личности несовершеннолетнего преступника для составления полной криминологической картины данного вида преступности.

Ключевые слова: преступность несовершеннолетних, динамика преступлений, спад выявляемости преступлений.

Вопрос преступности несовершеннолетних в Российской Федерации всегда был открыт, поскольку борьба с ней не увенчалась успехом ни в прошлые годы, ни сегодня. По большей части это происходит ввиду того, что большое количество правовых актов, принимаемых с целью борьбы и профилактики преступности среди несовершеннолетних, так и остаются на бумаге, их исполнение не контролируется, сказывается нехватка материальных средств и квалифицированных кадров для реализации правовых механизмов.

Преступность несовершеннолетних – традиционный и достаточно распространенный вид преступности в большинстве стран мира. К рассматриваемому виду преступности относятся уголовно-наказуемые деяния, совершаемые лицами в возрасте от 14 до 18 лет.

Несовершеннолетние составляют в целом около 5% всех преступников. Наиболее характерными для них являются кражи, наименее – преступления против личности. В настоящее время существенно увеличились совершаемые подростками преступления, связанные с незаконным изготовлением, приобретением, хранением, перевозкой, пересылкой либо сбытом наркотических средств и психотропных веществ. Начало употребления наркотиков, как отмечается в литературе, снизилось до возраста 9–11 лет.

Вандалистский характер, проявление слепой ярости и необузданного протеста носят некоторые насильственные преступления подростков. Зачастую непонятно, против кого или чего направлена агрессия. Так бывает, когда орудует небольшая, но спаянная группа несовершеннолетних.

За 2013–2017 гг. зафиксирован спад выявляемости несовершеннолетних преступников (за исключением 2015 г.). За 2017 г. их число снизилось на 4,8% (см. табл. 1).

Таблица 1. Динамика числа выявленных за совершение преступлений несовершеннолетних в Российской Федерации в 2013 – 2017 гг.

Лица, совершившие преступления	2013	2014	2015	2016	2017
Всего	1 012 563	1 006 003	1 075 333	1 015 875	967 103
Прирост / снижение, %	0,2	-0,6	6,9	-5,5	-4,8
Несовершеннолетние, совершившие преступления	60 761	54 369	55 993	48 589	42 504
Прирост / снижение, %	2,2	-10,5	3,0	-13,2	-12,5

Отметим, что в 2018 г. в России девушками 14-15 лет было совершено 1679 преступлений (1,15 % от общего количества), а парнями 14-15 лет - 13169 преступлений (1,68 % от общего количества). А вот девушками 16-17 лет было совершено 2432 преступлений (1,67 % от общего количества), а парнями 16-17 лет - 23580 преступлений (3 % от общего количества).

Снижение числа несовершеннолетних преступников происходит интенсивнее по сравнению с взрослыми, и эта ситуация характерна для всех российских регионов (см. табл. 2).

Таблица 2. Динамика числа выявленных за совершение преступлений несовершеннолетних в федеральных округах Российской Федерации в 2013 – 2017 гг.

Федеральные округа РФ	2013	2014	2015	2016	2017
ЦФО	9 392	8 158	8 113	7 063	6 084
Прирост / снижение, %	2,3	-13,1	-0,5	-12,9	-13,9
СЗФО	5 818	5 215	5 653	4 827	4 066
Прирост / снижение, %	2,1	-10,5	8,6	-14,2	15,8
ЮФО	4 754	4 321	4 901	4 089	3 775
Прирост / снижение, %	0,3	-22,2	14,0	-16,5	-7,7
ПФО	11 099	10 044	10 714	9 262	7 750
Прирост / снижение, %	-0,6	-8,9	7,3	-13,0	-16,3
УФО	7 410	6 523	6 929	5 871	5 442
Прирост / снижение, %	2,6	-11,7	6,5	-15,0	-6,8
СФО	14 330	13 499	13 217	11 642	10 229
Прирост / снижение, %	5,9	-5,3	-1,7	-11,5	-12,1
ДФО	5 237	4 416	4 326	4 030	3 623
Прирост / снижение, %	7,9	-14,9	-1,3	-6,2	-10,1
СКФО	1 988	1 670	1 638	1 451	1 224
Прирост / снижение, %	-2,8	-16,3	-2,5	-11,7	-15,6

В структуре несовершеннолетних преступников преобладают лица, совершившие посяательства на собственность (82,3%). Доля преступлений против личности незначительна и составляет 4,4% (см. рис. 2), однако специалистами отмечается, что в России наблюдается более высокая степень криминальной поражённости несовершеннолетних по сравнению с государствами западной Европы.

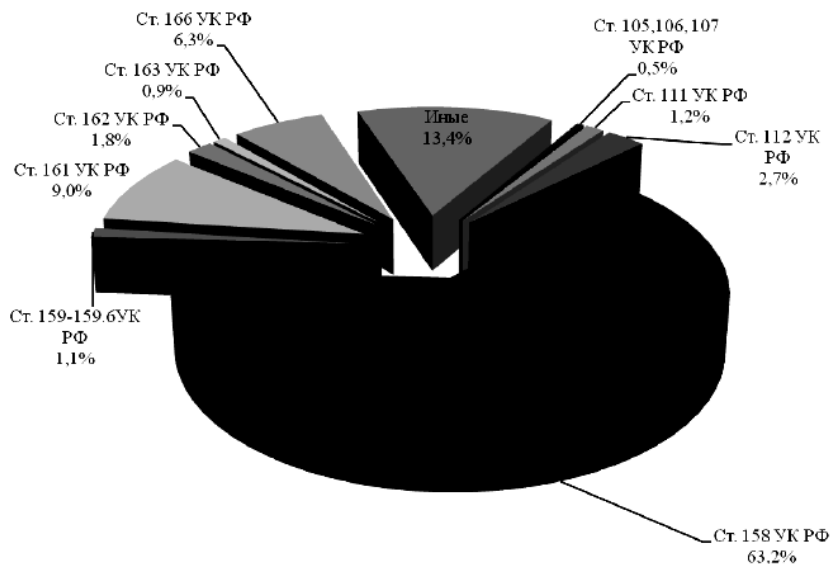


Рис. 2. Структура несовершеннолетних преступников по виду совершенного деяния в 2017 г.

Преступления несовершеннолетних всё больше совпадают с формами и способами преступлений взрослых. Это происходит на фоне эскалации влияния на подростков криминальной среды, преимущественно в сети Интернет.

Наблюдается формирование и активное действие смешанных преступных групп подростков и взрослых лиц (в 2017 г. 19 889 несовершеннолетних совершили групповые преступления), в которых несовершеннолетние всё чаще выполняют активные криминальные роли (применяют насилие, оружие или предметы, используемые в качестве оружия, избирают насильственные способы совершения преступления, оказывают физическое сопротивление сотрудникам правоохранительных органов).

Необходимо отметить возрастание дерзости, циничности совершаемых несовершеннолетними преступлений, наиболее опасных проявлений для жизни и здоровья окружающих. Нельзя также не отметить роста негативных свойств их мотивации – корыстных и иждивенческих мотивов, стремления взять под контроль определённую территорию и сверстников, демонстративные формы девиантности. Нередко это происходит в условиях отчужденности от семьи, отсутствия должного контроля, получения психологических травм, сопряжённых с фактами насилия, очевидцем или участником которых стал несовершеннолетний.

Изложенное позволяет прогнозировать дальнейшее снижение абсолютных показателей преступности несовершеннолетних в среднем на 3–5% с нарастанием негативных качественных характеристик. Наиболее характерными для несовершеннолетних являются кражи, наименее – преступления против личности.

По результатам анализа состояния, динамики и структуры преступности несовершеннолетних, не возникает сомнений в необходимости исследования ее детерминант, а также личности несовершеннолетнего преступника для составления полной криминологической картины данного вида преступности.

Список литературы

1. Агильдин В.В. Лишение права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью как вид наказания по УК РФ // Юридический мир, 2011. № 2. С. 37-42.

2. *Алексеев А.И.* Криминология: Курс лекций. М., 2006. 698 с.
 3. *Арзамасов Ю.Г.* Проблемы подростковой преступности в городах и пути её профилактики // Гражданин и право, 2011. № 4. С. 19-26.
 4. *Баумштейн А.Б.* К вопросу о совершенствовании уголовного законодательства, политики и работы государственных органов по борьбе с несовершеннолетней преступностью / В сб.: Пенитенциарная система и общество: опыт взаимодействия. Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. Пермь, 2019. С. 12-13.
 5. *Малков В.Д.* Криминология: Учебник для вузов. М., 2006. 482 с.
 6. Международные акты по вопросам уголовного судопроизводства: Хрестоматия. В 3 т. / Сост. З.Д. Еникеев, Е.Г. Васильева, Л.М. Аширова, Е.В. Ежова. Уфа: РИЦ БашГУ, 2007.
 7. *Юзиханова Э.Г.* Статистические показатели и тенденции преступности несовершеннолетних в новейшей России // Юридическая наука и правоохранительная практика, 2014. № 4. С. 82-87.
-

УЧАСТИЕ АДВОКАТА-ЗАЩИТНИКА В УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОМ ДОКАЗЫВАНИИ НА СТАДИИ ВОЗБУЖДЕНИЯ УГОЛОВНОГО ДЕЛА

Ершова И.М.

*Ершова Ирина Михайловна – магистрант,
кафедра уголовного процесса и криминалистики,
Университет при Межпарламентской Ассамблее
Европейско-Азиатского Экономического Союза, г. Санкт-Петербург*

Аннотация: в данной статье рассматриваются вопросы получения квалифицированной юридической помощи в стадии возбуждения уголовного дела, отмечаются недостатки в законодательстве.

Ключевые слова: уголовный процесс, процесс доказывания, адвокат-защитник, законодательство, институт адвокатуры, профессиональные права адвоката, доказывание, доказательство, участие адвоката-защитника на стадии возбуждения уголовного дела.

Регламентация прав и обязанностей участников является важнейшей составляющей уголовного судопроизводства. В свою очередь, стадия возбуждения уголовного дела как начальная стадия производства по уголовному делу, зачастую, обуславливает характер и особенности всего дальнейшего процесса отправления правосудия; ввиду этого, регламентация прав, обязанностей и порядка участия адвоката-защитника в доказывании на стадии возбуждения уголовного дела приобретает особое значение ввиду обеспечения защитником реализации принципа состязательности сторон.

Возбуждение уголовного дела как самостоятельная стадия уголовного судопроизводства характеризует собой возникновение уголовно-процессуальных отношений, облакаемых в определенную форму в соответствии с законодательством. Моменту начала реализации указанной стадии соответствует момент получения и регистрации сообщения о преступлении, моменту окончания стадии, – вынесение соответствующего постановления следователем либо иными правомочными лицами (ч. 1 ст. 146 УПК РФ).

Возможность допуска адвоката-защитника к участию в доказывании в уголовном судопроизводстве на стадии возбуждения уголовного дела регламентирована следующим:

ч. 2 ст. 48 Конституции РФ содержит норму, согласно которой, право пользования помощью адвоката присуще каждому задержанному, заключенному под стражу, обвиняемому, соответственно, с момента задержания, заключения под стражу, предъявления обвинения;

ст. 49 УПК РФ содержит нормы, предусматривающие наиболее раннюю реализацию возможности вступления адвоката-защитника в уголовный процесс: с момента вынесения постановления о привлечении лица в качестве обвиняемого; с момента фактического задержания подозреваемого; с момента вручения уведомления о подозрении; с момента объявления постановления о назначении экспертизы; с момента начала реализации иных мер принуждения или иных процессуальных действий в отношении подозреваемого; с момента начала реализации процессуальных действий, затрагивающих права и свободы того лица, в отношении которого проводится проверка сообщения о преступлении.

Рассмотрим подробнее п. 6 ч. 3 ст. 49 УПК РФ, который был введен в 2013 году: «защитник участвует в уголовном деле с момента начала осуществления процессуальных действий, затрагивающих права и свободы лица, в отношении

которого проводится проверка сообщения о преступлении в порядке, предусмотренном ст. 144 УПК РФ».

Н.П. Ведищев справедливо отмечает, что «на этапе проверки сообщения о преступлении не может быть уголовного дела, как следует из дефиниции «защитник» (ч. 1 ст. 49 УПК РФ), имеется лишь подлежащая проверке информация о подготавливаемом, совершаемом или совершенном преступлении» [3].

Мы согласимся с замечанием автора на вышеупомянутые изменения, внесенные законодателем в ч. 3 ст. 49 УПК РФ. Действительно, норма ст. 49 УПК РФ уже содержит в себе противоречия, начиная с «защитник участвует в уголовном деле» и заканчивая «...в отношении которого проводится проверка сообщения о преступлении...». Проверка сообщения не является окончанным действием (здесь — уголовным делом), это совокупность действий, результатом которых будет принятие решения в порядке ст. 145 УПК РФ.

На наш взгляд, в целях четкой правовой регламентации следует исключить п.6 из ч. 3 ст. 49 УПК РФ и изложить его в отдельной части ст.49 УПК РФ, а именно: «Защитник участвует в уголовном деле с момента начала осуществления процессуальных действий, затрагивающих права и свободы лица, в отношении которого проводится проверка сообщения о преступлении в порядке, предусмотренном ст. 144 УПК РФ».

По мнению Н.П. Ведищева, изменение и дополнение ч. 1.1 ст. 144 УПК РФ в части права «пользоваться услугами адвоката» приводит к расхождению между положениями ст.ст. 49 и 144 УПК РФ. В первой говорится о «защитнике», полномочия которого регламентированы ст. 53 УПК РФ, а во второй — о праве на «услуги адвоката», полномочия которого в полном объеме законом не регламентированы [3].

Также А.Ю. Амасьянц предлагает заменить в ч. 1.1 ст. 144 УПК РФ термин «услуги адвоката» на формулировку «помощь защитника» [2; С. 91-94] для определения процессуального статуса защитника (адвоката).

Я.П. Ряполова считает, что необходимо определить статус адвоката, участвующего при проведении проверки сообщения о преступлении, так как его «права и обязанности не могут быть полностью идентичны по объему правам и обязанностям защитника» [8; С. 60].

Мы не согласимся с такими мнениями авторов, так как ч. 2 ст. 49 УПК РФ гласит, что «в качестве защитников участвуют адвокаты». Понятие защитника закреплено в ч. 1 ст. 49 УПК РФ, а значит понятие «адвокат» тождественно понятию «защитник».

В подтверждение нашему мнению обратимся к Федеральному закону «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации», который является гарантией реализации права на получение квалифицированной юридической помощи, закрепленной в Конституции РФ, и регламентирует адвокатскую деятельность.

В соответствии с п. 5 ч. 2 гл. 2 вышеупомянутого Федерального закона, «оказывая юридическую помощь, адвокат участвует в качестве представителя или защитника доверителя в уголовном судопроизводстве и производстве по делам об административных правонарушениях».

По нашему мнению, ключевым является «адвокат», который может выступать в качестве представителя или защитника, то есть это уже второстепенно, но они несут в себе печать понимания значения «адвокат». А значит истинное значение и полнота понятия заключается именно в слове «адвокат», который оказывает квалифицированную юридическую помощь. Смысл приведенного положения следует толковать расширительно.

Уделяя внимание актуальным проблемам обеспечения законных интересов личности при производстве процессуальных действий в стадии возбуждения уголовного дела, необходимо определить полномочия лиц, участвующих в данных действиях.

О.В. Гладышева пишет, что существование же самой стадии возбуждения уголовного дела обеспечивает законность и справедливость начала производства по уголовному делу [5; С. 188].

Однако, по мнению О.В. Гладышевой, процессуальный статус возможных участников в стадии возбуждения уголовного дела не достаточно четко закреплен законодательно, что приводит к нарушениям прав граждан.

В постановлении Конституционного Суда РФ от 27 июня 2000 г. (по жалобе В.И. Маслова) [1] отмечается, что пользоваться помощью адвоката (защитника), а значит, в определенной степени обладать правом на защиту, может любое вовлеченное в сферу уголовного процесса лицо, независимо от его формального процессуального статуса.

Законодатель в ч.1 ст.49 УПК РФ дает определение защитника, как «лица, осуществляющего в установленном УПК РФ порядке защиту прав и интересов подозреваемых и обвиняемых и оказывающее им юридическую помощь при производстве по уголовному делу».

В ч. 1.1 ст. 144 УПК РФ «лица, участвующие в производстве процессуальных действий при проверке сообщения о преступлении» имеют право пользоваться услугами адвоката, однако уголовно-процессуального статуса еще не имеют.

О.В. Гладышева считает, что для обеспечения законных интересов участников стадии возбуждения уголовного дела необходимо закрепить в законе процессуальный статус заявителя, лица, привлекаемого для дачи объяснений, адвоката заявителя, лица, привлекаемого для получения объяснений, участника следственного действия [4; С. 122-132].

Мы не согласимся с мнением автора, ведь отсутствие четкого правового статуса у участников проверки сообщения о преступлении, нуждающихся в помощи адвоката, не влечет за собой ограничение их конституционных прав и свобод, а значит адвокат в любом случае будет реализовывать защитительные функции, предусмотренные уголовно-процессуальным законодательством в отношении лица, обратившегося к нему.

Участие адвоката при проверке сообщения о преступлении является, безусловно, важным аспектом для реализации своих функций, однако ст. 144 УПК РФ не устанавливает какими полномочиями обладает адвокат, вместе с тем как права стороны обвинения имеются.

Справедливо отмечает И.И. Иванов, что «сторона обвинения сегодня обладает разнообразными эффективными процессуальными средствами сбора информации доказательственного характера еще на этапе проверки заявления (сообщения) о преступлении» [6; С. 107-108].

Как мы уже говорили ранее, полномочия адвоката в ст. 144 УПК РФ не определены, а согласно ст.ст. 49 и 53 УПК РФ защитник осуществляет свои функции только в случае его вступления в уголовное дело.

Обратимся к ч.2 ст.6 Закона об адвокатуре, которая гласит, что адвокат вправе:

- собирать сведения, запрашивать документы, в том числе которые могут быть признаны вещественными доказательствами;
- опрашивать лиц с их согласия;
- привлекать на договорной основе специалистов;
- беспрепятственно встречаться с доверителем, без ограничения количества и продолжительности;
- фиксировать информацию (в том числе с помощью технических средств), содержащуюся в материалах дела;
- совершать иные действия, не противоречащие законодательству Российской Федерации.

Таким образом, полномочия адвоката, предоставленные ему вышеупомянутым Законом, дают возможность участвовать в доказывании, а именно - собирать

сведения, которые согласно ч. 1.2 ст. 144 УПК РФ могут быть использованы в качестве доказательств.

По мнению Т.Г. Нечаевой УПК РФ не разделяет доказательства в зависимости от того, на какой стадии они получены. Это справедливо, поскольку такое положение способствует преемственности доказательств между стадиями уголовного процесса [7; С. 128].

Данный факт важен для адвоката-защитника, так как установленные им обстоятельства при осуществлении деятельности в рамках ст. 144 УПК РФ будут иметь значение в случае принятия решения о возбуждении уголовного дела в порядке ст. 145 УПК РФ.

На основании изложенного, можно сделать вывод, что основная задача адвоката в уголовно-процессуальном доказывании на стадии возбуждения уголовного дела – трактовка доказательств в пользу подзащитного законным образом.

Допуск адвоката, адвокатская деятельность на этапе доследственной проверки призвана способствовать принятию законных и обоснованных решений.

Список литературы

1. По делу о проверке конституционности отдельных положений части первой статьи 47 и части второй статьи 51 Уголовно-процессуального кодекса РСФСР в связи с жалобой гражданина В.И. Маслова: Постановление Конституционного Суда РФ от 27 июня 2000 г. № 11-П // СПС «КонсультантПлюс».
2. Амасьянц А.Э. Некоторые проблемы обеспечения права на защиту на стадии рассмотрения сообщения о преступлении // Современное право, 2014. № 1. С. 91-94.
3. Ведищев Н.П. Новый закон — новые проблемы у адвокатов // Адвокат, 2013. № 9. СПС «КонсультантПлюс».
4. Гладышева О.В. Компетенция следователя по обеспечению законных интересов личности в досудебном производстве // Российский юридический журнал, 2012. № 6. С. 122-132.
5. Гладышева О.В. Справедливость и законность в уголовном судопроизводстве Российской Федерации: монография. Краснодар, 2008. С. 188.
6. Иванов И.И. Участие адвоката-защитника в уголовно-процессуальном доказывании: проблемы, тенденции, перспективы // Уголовное право, уголовный закон: теория и практика: сб. науч. ст. СПб., 2017. С. 107-108.
7. Нечаева Т.Г. Оценка следователем допустимости доказательств на стадии возбуждения уголовного дела: Дисс. ... канд. юрид. наук. М.: Моск. ун-т МВД РФ, 2007. С. 128.
8. Ряполова Я.П. Участие адвоката в стадии возбуждения уголовного дела в свете новых изменений уголовно-процессуального закона / Я.П. Ряполова // Российская юстиция. 2013. № 11. С. 60.

ПРАВОВОЙ СТАТУС НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНЕГО КАК СУБЪЕКТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Дворецкая Е.С.:

Дворецкая Елена Степановна - студент,
кафедра уголовного права, процесса и национальной безопасности,
Вятский государственный университет, г. Киров

Аннотация: в данной работе автор поднимает вопрос статуса несовершеннолетнего субъекта предпринимательской деятельности, проблему определения минимальной возрастной границы, дающей право заниматься бизнесом. Выявлены коллизии норм гражданского и налогового законодательства в сфере привлечения к ответственности таких субъектов.

Ключевые слова: несовершеннолетний, предприниматель, эмансипация, ответственность, коллизии.

Современный период развития общественных отношений в сфере предпринимательской деятельности характеризуется появлением таких субъектов как несовершеннолетние предприниматели. Гражданское законодательство наделяет таких лиц правом на осуществление экономической деятельности и получение статуса индивидуального предпринимателя (ст. 18, 26, 27 Гражданского кодекса РФ). Несомненно, такие законодательно урегулированные возможности несовершеннолетних несут позитивное влияние на развитие малого бизнеса и занятости населения, но коллизии нормативных правовых актов и несовершенство законодательных формулировок осложняют осуществление деятельности.

Законодателем не указана конкретная возрастная граница, с которой у несовершеннолетнего возникает право заниматься предпринимательской деятельностью. Мнения ученых по этому вопросу тоже неоднозначны: А.А. Васильев считает, что «...гражданин, не достигший 16 лет, и по закону субъект РФ вступивший в брак до достижения 14 лет, может выступать в качестве индивидуального предпринимателя, что может привести к разным коллизиям» [1]. Ситдикова Л.Б. утверждает, что «поскольку лицо, не достигшее 14 лет, согласно ГК РФ, является малолетним, т. е. не полностью дееспособным, то на него распространяется ст. 28. В этой статье сказано, что за несовершеннолетних, не достигших 14 лет, сделки могут совершать от их имени только их родители, усыновители или опекуны» [2].

Из этого следует, что сделка, совершенная не обладающими полной дееспособностью субъектами может быть признана судом недействительной, если законный представитель несовершеннолетнего предпринимателя докажет, что сделка не соответствует п. 2 ст. 26 ГК РФ.

Однако в случае эмансипации несовершеннолетнего, его законный представитель не будет нести ответственность по сделкам и обязательствам такого субъекта предпринимательской деятельности.

С позиции Верховного Суда РФ, высказанной в решении от 27 июня 2002 г. № ГКПИ2002-643[3], определении от 19 сентября 2002 г. № КАС02-500[4], способность гражданина своими действиями приобретать и осуществлять гражданские права (ст. 21 ГК РФ), в том числе право на предпринимательскую деятельность, возникает в полном объеме по достижении возраста 18 лет, а также со времени вступления в брак или объявления несовершеннолетнего полностью дееспособным по достижении возраста 16 лет (эмансипация), когда он с согласия родителей, попечителя или усыновителя занимается предпринимательской деятельностью.

Закон устанавливает, что гражданин, достигший 16 лет и занимающийся предпринимательской деятельностью, может быть объявлен полностью дееспособным. Но до признания несовершеннолетнего эмансипированным лицом он

не сможет на законных основаниях заниматься предпринимательской деятельностью. И одновременно несовершеннолетний, достигший 16 лет, не может быть объявлен эмансипированным, если он не прошел регистрации на право занятия предпринимательской деятельностью. Данная коллизия порождается нормой закрепленной в ст. 27 ГК РФ.

Отсутствие четко установленных возрастных границ порождает коллизии в случае привлечения несовершеннолетнего предпринимателя к ответственности. П. 3 ст. 26 ГК РФ определяет, что несовершеннолетние от 14 до 18 лет несут имущественную ответственность по сделкам, указанным в п. 1, 2 данной статьи, самостоятельно. В соответствии с п. 2 ст. 107 Налоговым кодексом РФ физическое лицо является субъектом ответственности за совершение налоговых правонарушений с 16 лет. Поэтому не исключается возможность привлечения несовершеннолетнего предпринимателя к имущественной ответственности с 14 лет.

Также существует проблема защиты прав контрагентов, заключающих сделки с несовершеннолетними субъектами предпринимательской деятельности. В частности, несовершеннолетние лица не всегда имеют достаточное количество материальных ресурсов, чтобы покрыть нанесенный ущерб.

Очевидно, в интересах контрагентов и гражданского оборота в целом, а также самих несовершеннолетних следовало бы закрепить правило, в соответствии с которым согласие на совершение каждой сделки (либо на совершение однородных сделок, обычно связанных с его предпринимательской деятельностью) требуется и в случаях, когда такие сделки совершаются несовершеннолетними в рамках осуществления ими индивидуальной предпринимательской деятельности.

Из всех обозначенных выше проблем нужно сделать выводы: законодательство необходимо установить единый возраст несовершеннолетнего, дающий право на осуществление предпринимательской деятельности, проработать вопрос о порядке привлечения такого субъекта к налоговой ответственности и размерах ответственности по обязательствам перед контрагентами, установить минимальную сумму сделки, которую может заключать несовершеннолетний предприниматель без одобрения со стороны законных представителей.

Список литературы

1. *Васильев А.А.* Гражданско-правовое регулирование индивидуального предпринимательства в России, 2007. С. 91.
2. *Ситдикова Л.Б., Халудорова С.В.* Правовой статус несовершеннолетнего предпринимателя в сфере оказания культурно-зрелищных услуг // *Культура: управление, экономика, право*, 2013. № 1. С. 16–19.
3. Решение Верховного Суда РФ от 27 июня 2002 г. № ГКПИ2002-643 (документ не опубликован) // *Справочная правовая система «КонсультантПлюс»* (дата обращения: 05.01.2020).
4. Определение Верховного Суда РФ от 19 сентября 2002 г. № КА02-500 (документ не опубликован) // *Справочная правовая система «КонсультантПлюс»* (дата обращения: 05.01.2020).

ВЛИЯНИЕ ПОДВИЖНЫХ ИГР НА РАЗВИТИЕ КООРДИНАЦИОННЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ШКОЛЬНИКОВ 12 - 14 ЛЕТ С УМЕРЕННОЙ УМСТВЕННОЙ ОТСТАЛОСТЬЮ

Цымбал А.С.

*Цымбал Анна Сергеевна – магистрант,
кафедра основ физической культуры, факультет физической культуры,
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Новосибирский государственный педагогический университет, г. Новосибирск*

Аннотация: статья посвящена проблеме развития физических качеств и двигательной сферы у детей с умственной отсталостью. Эти нарушения негативно влияют не только на уровень физического развития, но и на весь процесс социализации личности ребенка, его социально-бытовую адаптацию и интеграцию. Влияние коррекционно-развивающих подвижных игр и методов адаптивного физического воспитания как рациональное использование дифференцированной помощи детям с умственным отклонением будет способствовать улучшению показателей их физического развития и физической подготовленности, а также повышению качества их жизни и социализации.

Ключевые слова: адаптивная физическая культура, подвижные игры, дети с умственной отсталостью, координационные способности, развитие, двигательные умения и навыки.

Особая ценность подвижных игр для детей с умственной отсталостью заключается в возможности одновременного воздействия на моторную и психическую сферу. Быстрая смена игровых ситуаций предъявляет повышенные требования к подвижности нервных процессов, скорости реакции и нестандартности действий. Игры вынуждают мыслить наиболее экономно, реагировать на действия партнеров, приспосабливаться к обстановке. Играющему ребенку приходится выбирать и совершать из множества операций одну, которая, по его мнению, может принести успех. Чем разнообразнее информация поступает в мозг, тем интенсивнее включаются психические процессы. Именно поэтому с помощью игры у ребенка с умственной отсталостью развивают восприятие, мышление, внимание, воображение, память, моторику, речь, повышая умственную активность, а, следовательно, познавательную деятельность в целом [4].

Эксперимент начался с измерения показателей уровня координационной способности юношей в контрольной и экспериментальной группах по выше указанным тестам в начале сентября 2018 года. В конце мая 2019 года было проведено повторное тестирование по тем же пяти показателям. Полученные результаты были обработаны с помощью методов математической статистики. Результаты обработки материалов исследования контрольной и экспериментальной групп, как в исходном положении, так и в итоговом состоянии, отражены в таблице 1.

Таблица 1. Показатели развития координационных способностей у школьников 12-14 лет с умеренной умственной отсталостью в эксперименте

Показатели	КГ ($\bar{x} \pm \sigma$)		ЭГ ($\bar{x} \pm \sigma$)	
	исходные данные	итоговые данные	исходные данные	итоговые данные
Ходьба по бревну (сек)	9.7 $\pm$ 0.6	9.3 $\pm$ 0.6	9.6 $\pm$ 0.4	8.4 $\pm$ 0.5
Бег «змейкой» (сек)	32.8 $\pm$ 1.1	31.6 $\pm$ 1,3	32.4 $\pm$ 0.6	27.0 $\pm$ 0.7
Стойка на одной ноге (сек)	13.0 $\pm$ 0,8	12.3 $\pm$ 0,7	13.3 $\pm$ 0,6	11.9 $\pm$ 0,7
Метание мяча на точность (кол-во раз)	1 $\pm$ 0,6	2.1 $\pm$ 1	1.1 $\pm$ 0,6	3.1 $\pm$ 1.3
Проба Ромберга (сек)	2,56 $\pm$ 0,5	4,39 $\pm$ 1,3	2,64 $\pm$ 0,6	5,3 $\pm$ 1,3

В контрольной группе школьников исходные данные ходьбы по бревну составили: 9,7 сек.; бег «змейкой» – 32,8 сек.; стойка на одной ноге – 13 сек., метание мяча в цель – 1 раз.

Исходные данные в экспериментальной группе ходьба по низкому бревну составили: 9,6; бег «змейкой»- 32,4 сек.; стойка на одной ноге – 13,3 сек., метание мяча на точность – 1,1 раза.

Анализ полученных результатов тестирования по развитию координационных способностей юношей 12-14 лет с умеренной умственной отсталостью, в конце эксперимента в контрольной и экспериментальной группах показал, что уровень достоверности различий показателей выявлен только в экспериментальной группе в тестах - бег «змейкой», метание мяча в цель, стойка на одной ноге и пробе Ромберга.

Использование разработанного комплекса подвижных игр на уроках физической культуры способствует развитию координационных способностей детей младшего школьного возраста с нарушением интеллекта. Внедрение комплекса коррекционно-развивающих подвижных игр способствует достоверному повышению уровня развития координационных способностей.

Список литературы

1. Антонюк С.Д., Стрекалов А.С. Содержание адаптивного физкультурного образования детей с проблемами в состоянии здоровья и развития // Культура физическая и здоровье, 2008. № 16. С. 73–77.
2. Веневцев С.И. Оздоровление и коррекция психофизического развития детей с нарушением интеллекта средствами адаптивной физической культуры. М., 2006.
3. Исаев Д.Н. Умственная отсталость у детей и подростков. СПб.: Речь, 2003. 195 с.
4. Литовш Н.Л. Адаптивная физическая культура. Психолого-педагогическая характеристика детей с нарушениями в развитии. М., 2002.

МЕТОДИКА РАЗВИТИЯ И КОРРЕКЦИИ ОБРАЗА «Я» В СМЫСЛОВОЙ НЕЙРОПСИХОЛОГИИ

Перегуда С.Н.

*Перегуда Сергей Николаевич - дипломированный клинический психолог, нейропсихолог,
детский нейропсихолог,*

*Центр нейропсихологической коррекции, развития мозга и дистанционного
обучения/сопровождения «Смыслёныш», г. Троицк, Московская область*

Аннотация: описана эффективность технических приёмов развития/коррекции образа Я на примере результатов нейропсихологического интенсива. Описанные техники были сформированы вследствие практической деятельности автора в рамках нейропсихологической коррекции и показали позитивные изменения в детском развитии.

Ключевые слова: символ, смысл, смысловое отношение, знак, образ-представление, мозг, нейросиндром, нейропсихологические механизмы, образ Я, функциональный смысл, контекст, адаптация, культура, социокультурный контекст, коррекция, коррекция детского развития, нейропсихологическая коррекция, телесный образ, методика, техника.

Применение телесных методик (или техник, методов, связанных с работой тела) в развитии и коррекции детей и взрослых является не редкостью [1, 2, 4, 10]. В разных методах нейропсихологии и смежных дисциплин специалисты выделяют особое внимание работе с образами-представлениями о теле, со схемой тела, отношением к своему телу и т.д. [4, 6, 7, 10].

Смысловая нейропсихология рассматривает интеграцию Образа Я как ключевой процесс детского развития. Интеграция Образа Я также является показателем уровня развития высших психических функций ребёнка, его личности, а также является их модулятором. При дезинтеграции образов-представлений о собственном теле наблюдаются нарушения в смыслопорождении и организации символа/знака. Образ Я является системным понятием, включающим различные уровни. На практике можно наблюдать, что эти уровни связаны, но в тоже время часто один из уровней (телесный, социальный и т.д.) является более дефектным.

На практике если Образ Я дезинтегрирован, то смысл и функциональные смыслы мозговых систем не выражаются через символ, а преимущественно через значение и знак. При более грубых нарушениях выражения не наблюдается и через знак. Что, вероятно, связано со спецификой становления Образа Я в онтогенезе - в начале телесный уровень, далее социальный и т.д., в итоге - Я-концепция.

Как мы ранее указывали, смысл и знак как разные способы взаимодействия с реальностью [6,8]. Образ Я может быть, с одной стороны, любым из данных способов (например, когда мы принимаем на себя роль другого, как бы пользуемся его Образом Я и т.д.), с другой стороны - является исходным конструктом, связывающим нас в целом с этой реальностью.

Как было описано ранее [9] интеграция Образа Я имеет специфику в зависимости от функции /дисфункции определённого мозгового отдела. Нейропсихологам для организации коррекции необходимо учитывать, что при определённых нейропсихологических синдромах (например, с акцентом на среднем мозге и т.д.) нужно применять специфичные методики развития/ коррекции Образа Я. Например, по нашим наблюдениям, дети с дисфункцией задних отделов мозга и мозжечка при раскрашивании обведённого контура их самих в полный рост практически ничего не фиксируют, вовсе не видят границ, либо фиксируют фрагментарно мазки по

изображению. Дети с дисфункцией среднего мозга могут демонстрировать аналогичное, но дополнительно они могут делать акцент на закрашивании контура полностью. То есть акцент на заполнении проекции образа тела. Дети с дисфункцией мезодизэнцефальных отделов мозга нередко проявляют выраженную реакцию недовольства и сильно акцентируют внимание на границах, чтобы за них краска не выходила. При дисфункции промежуточного мозга также можно наблюдать акцент на границах контура, а также фрагментарность раскрашивания элементов.

Проведя анализ протоколов нейропсихологических занятий и диагностик (с 2017 по 2019 годы) мы описали несколько техник, применение которых показало положительные результаты в рамках развития/ коррекции Образа Я и психических функций детей (см. Таблица №1). Также продемонстрируем положительную динамику на примере одного клинического случая.

Описанные в таблице техники имеют определённую специфику и на практике необходимо их использовать совместно, в рамках одного занятия. Например, «проминания под метроном» не зря выполняются под звук метронома и т.д. В некоторых случаях необходимо подключать зрительную опору (например, приложение таймер, или масляные часы, в которых падает одна капля в секунду и т.д.). По нашим наблюдениям ритм во время проминаний (да и в целом во время занятия, при восприятии и т.п.) способствует лучшему усваиванию информации, её обработке (к вопросу о «смысловых фреймах» [6]), а то есть более эффективной обработке телесных ощущений, лучшему связыванию с определёнными образами-представлениями и т.д., а в целом - интеграции Образа Я. Качество прикосновений, их темп, последовательность и организация имеют специфику для определённого нейросиндрома (например, быстрые по темпу прикосновения (менее одной секунды) больше активируют ствол мозга, медленные - кору) [3]. Также, вероятно, специфика исходит от фактуры, формы и других характеристик предметов, которыми делаются прикосновения. Дополнительно отметим, что в процессе нейропсихологической коррекции специалист работает не с отдельной частью тела ребёнка, а с частью целостности - с личностью. Нейропсихолог является тоже личностью. На практике имеет значение, какое проявляет отношение специалист к той или иной части тела ребёнка (нравится, не нравится и т.п.), а также как он это проявляет (надавливает с эмоциями и т.д.). Но эти данные требуют проведения системных исследований.

Таблица 1. Пример техник на интеграцию Образа Я

Название техники	Описание	Цель
«Проминания под метроном»	Ребёнок лежит на животе, руки вдоль тела (после на спине и т.д.). Расслаблен. Включаем метроном, 40-50 ударов в мин. *Прикосновения всей ладонью, неглубокие. Начиная с ног и вверх по всему телу. *Прикосновения всей ладонью, глубокие. Начиная с ног и вверх по всему телу. *Прикосновения глубокие, только пальцами, долгие. Начиная с ног и вверх по всему телу. *Прикосновения быстрые, только пальцами, неглубокие. Начиная с ног и вверх по всему телу. *Прикосновения глубокие и неглубокие, быстрые и длительные чередуются. *Прикосновения как на одной конечности, так и на разных одноимённых и разноимённых. * «Тактильное внимание» - несколько прикосновений сразу, или последовательность прикосновений и т.д. Данные прикосновения можно делать разными (по качеству, темпу и т.д.), в зависимости от динамики занятий и нейросиндрома.	Проработка телесного уровня Образа Я

Название техники	Описание	Цель
«История тела»	Ребёнок в положении лёжа. Заранее говорим: «Сейчас буду по-разному прикасаться к тебе, а ты попытайся представить историю. Но не говори её вслух». Ребёнок не должен видеть прикосновения. После делаем прикосновения на теле, вначале сильно отличающиеся друг от друга (например, тряска, а после надавливания). Вначале не более 5 прикосновений. Далее А) рисует историю на листе бумаги; Б) даём контур человечка, на котором ему необходимо указать правильное расположение прикосновений и их последовательность предъявления, а также специфику этих прикосновений (какие они: толчки, либо тряска и т.д.) и к какому фрагменту истории они привязаны. Вместо контура человечка пр определённых нейросиндромах нужно обрисовать самого ребёнка. И уже на обрисовке фиксировать элементы из полученной истории.	Проработка связи образов-представлений с телесным уровнем Образа Я
«Отношение к Образу Я»	Обрисовываем ребёнка на большом листе. Далее ребёнок разукрашивает, либо обмазывает пластилином и т.д. части тела, что сам захочет. После мы предлагаем ему: «Расположи эти медальки (в виде наклеек) и т.п. на частях тела. Первое место - это самая любимая часть тела. А, например, 5 место - самое не любимое. После ранжирования, просим ребёнка нарисовать образы на частях тела (на что у тебя похожа рука, она какая у тебя. Например, у меня она сильная, словно бегемот и т.д.). Учитывая ранжирование от 1 до 5 (по медалькам) просим ребёнка дорисовать то, чтобы самая не любимая часть тела стала хоть чуточку любимее и т.д. С 1 местом делаем тоже самое, только нужно пририсовать что-то, чтобы эта часть тела стала менее любимой (слишком люблю - тоже не есть хорошо). Всегда больше задаём вопросов - почему именно так, почему именно эта рука, для чего ты ставишь 1 место именно правой ноге и т.д.	Проработка самооценки ребёнка, отношения (эмоционального и смыслового) к Образу Я.
«Диалог историй»	Здесь участвуют уже два, как минимум, человека. В некоторых случаях необходимо участие именно родителя и ребёнка и т.д. Делаем синхронно «историю тела» участникам. После обводим их, они рисуют элементы истории на своих контурах. Далее предлагаем листы, чтобы можно было соединить элементы разных историй вместе. Например, у первого участника сильные, широкие, медленные надавливания ассоциируются с образом «слона», у второго - с «камнепадом». Необходимо дать им отдельный лист и попросить связать эти образы вместе, в какую-то ситуацию. Но здесь есть варианты. Например, можно сразу рисовать взаимодействие элементов историй на контуре одного из участников и т.д.	Проработка социального уровня Образа Я, отношения (эмоционального и смыслового) к Образу Я.

В таблице № 1 описаны основные техники, которые нами используются на практике. Часть техник использовалось во время интенсива с ребёнком М., 6 лет. Нейропсихологический синдром на момент начала интенсива: дисфункция мезодизэнцефальных структур головного мозга. Основной стратегией коррекции была выбрана проработка глубокой чувствительности совместно с построением оптимальной сенсорной интеграции. Особый акцент в коррекции делали на методиках, адекватных

коррекции функционирования среднего и промежуточного мозга, но обязательно на фоне методик, адекватных коррекции функционирования заднего мозга и мозжечка. В таблице № 2 представлены результаты 10-дневного интенсива нейропсихологической коррекции с акцентом на применении техник на развитие/коррекцию Образа Я.

Наблюдаем, что нейросиндром остаётся тем же, но при этом имеются позитивные изменения в моторике, праксисе и Образе Я. Есть улучшения в распределении психического тонуса, глубокой и поверхностной чувствительности.

Таблица 2. Сравнительный анализ эмпирических данных нейропсихологического интенсива с акцентом на техниках развития/коррекции Образа Я

Сфера	Состояние на начало интенсива	Состояние на конец интенсива
Поведение, распределение психического тонуса, общие моменты	Контакт глаз имеется, достаточно продолжительный. Есть инициации в речи. Бывают фразы, но в основном односложные слова. Эмоциональный фон преимущественно ровный, имеются протестные реакции (когда не дали телефон и т. д.). В контакт вступает, но пассивно, в основном ожидает команды. Снижение общего психического тонуса - выраженное, оптимальной компенсацией данного снижения избирательным психическим тонусом. Поведение стереотипное (имеются эхолалии, стереотипность в проведении упражнений и т.д.). Реакция на прикосновение (поверхностная) повышенная. Особенно в области шеи. Реакция на пальцевой зажим медленная, особенно слева, доходит до 1 минуты.	Инициации в речи стали активнее. В мотивационной для него деятельности проявляет больше активности в организации контакта. Реакция на прикосновение стала менее повышенной вследствие проработки. Реакция на пальцевой зажим стала намного быстрее, но слева медленнее от 10 до 15 с, справа - от 5 до 10 с. Снижение общего психического тонуса стало менее выраженным.
Моторика и праксис	Распределение мышечного тонуса резко неравномерное. Тонус в руках снижен, имеются спонтанные мышечные сокращения. В ногах в левой ноге тонус слабее, чем в правой. При этом в ногах наблюдаем синкинезии, особенно выраженную при толканиях ногами. Атетонидноподобные движения в пальцах рук имеются. Наблюдаются элементы снижения крупной моторики.	Распределение мышечного тонуса стало более оптимальным. При этом синкинезии в ногах практически ушли, но остались при толкании. Спонтанные мышечные сокращения практически не проявляются.
Восприятие и гнозис	Предметный гнозис в норме. В соматотопическом гнозисе наблюдаем отзеркаливание, локализация точная, верная. Но частые уходы в поле.	Уходы в поле стали менее частыми. Остальное без изменений.
Образ Я	Интеграция Образа Я не оптимальная: выраженное использование тонуса родителя; опосредствование взаимодействия с образами представлениями о себе через специалиста/родителя; пропуск смысловых элементов и затруднения в их изображении и др.	Более оптимальная интеграция Образа Я: тонус родителя не используется; большая инициатива в отражении смысловых элементов. При этом опосредствование взаимодействия с образами представлениями о себе через специалиста/родителя до сих пор имеется; наблюдаем динамику в изучении Образа Я: появление лишних смысловых элементов и т.п.

На вопрос: «Почему прикосновения/проминания с включением образов-представлений демонстрируют положительный эффект?» можно ответить, как минимум, следующим образом:

Во-первых, образ способствует «категоризации» ощущения, помогает лучше отделить ощущения друг от друга;

Во-вторых, образ является контекстом для организации ощущений;

В-третьих, образы-представления позволяют эффективнее интегрировать ощущения в Образ Я. Они словно являются опосредующими звеньями;

В-четвёртых, с включением эмоционального отношения к образу вносим телесные ощущения в роль личностных.

Список литературы

1. *Blomberg Harald*. The Rhythmic movement method, 2015.
 2. *Bell Clayton, Whitney Jordan, Deiss Trina, Tatarinova Tatiana, Franckle Lorri, Beaven Susan, Davis Jeffrey*. The Effect of the MNRI Method on Neurotransmitter Biomarkers of Individuals with Neurodevelopmental Disorders // *Neuroscience & Medicine*, 2019. 10. 292-321.
 3. *Molinari M., Leggio M.G., Thaut M.H.* The cerebellum and neural networks for rhythmic sensorimotor synchronization in the human brain // *Cerebellum*, 2007. 6 (1):18-23.
 4. *Максимова Е.В.* Уровни общения. Причины возникновения раннего детского аутизма и его коррекция на основе теории Н. А. Бернштейна // М.: Издательство «Диалог-МИФИ», 2008.
 5. *Перегуда С.Н.* Гипотеза вероятностного заполнения как механизма сознания // Научный журнал. № 2 (25). С. 50-57, 2018.
 6. *Перегуда С.Н.* Культурно-историческая концепция как методологическая основа смысловой нейропсихологической коррекции // Научный журнал, 2019.
 7. *Перегуда С.Н.* Нейропсихологический подход в коррекции мисофонии // Научный журнал, 2019.
 8. *Перегуда С.Н.* Обучение смысловому отношению к предмету как механизм психического развития ребёнка // Научный журнал, 2019.
 9. *Перегуда С.Н.* Символ и смысл как основа нейропсихологической коррекции // Научный журнал. № 4 (38). С. 89-102, 2019.
 10. *Семенович А.В.* Нейропсихологическая коррекция в детском возрасте. Метод замещающего онтогенеза // М.: Генезис, 2007.
-

СХЕМА ПРОВЕДЕНИЯ КОРРЕКЦИОННО-РАЗВИВАЮЩЕГО ЗАНЯТИЯ В СМЫСЛОВОЙ НЕЙРОПСИХОЛОГИИ

Перегуда С.Н.¹, Реброва Е.А.²

¹Перегуда Сергей Николаевич - дипломированный клинический психолог, нейропсихолог,
детский нейропсихолог;

²Реброва Елена Анатольевна - дипломированный клинический психолог, специальный психолог,
детский нейропсихолог,

Центр нейропсихологической коррекции, развития мозга и дистанционного
обучения/сопровождения «Смыслёныш»,
г. Москва, г. Троицк

Аннотация: в статье представлена общая схема проведения коррекционно-развивающего занятия в рамках смыслового подхода нейропсихологии. Кратко описаны уровни Образа Я, основные принципы развития и коррекции смысловой нейропсихологии. Обсуждаются возможности смысловой нейропсихологии в коррекции особых детей.

Ключевые слова: символ, смысл, смысловое отношение, знак, образ-представление, мозг, нейросиндром, нейропсихологические механизмы, Образ Я, функциональный смысл, контекст, адаптация, культура, социокультурный контекст, коррекция, коррекция детского развития, нейропсихологическая коррекция, телесный образ, методика, техника, коррекционно-развивающее обучение, смысловая нейропсихология, личность.

В последнее время со стороны родителей, воспитателей и специалистов смежных профессий имеется большое количество запросов, относительно схемы коррекционно-развивающего занятия смысловой нейропсихологии [4, 5, 6]. Являясь специалистами, работающими в рамках данного подхода нейропсихологии, видим необходимость в общих чертах ответить на вопросы в статье.

Для полноценного ответа необходимо учитывать следующие пункты:

Во-первых, ключевыми концептами смысловой нейропсихологии являются [4, 7]: смысл; средства опосредствования (символ, знак и т.д.); образы представления (ОП); Образ Я; личность; социокультурный контекст. Поэтому смысловой подход нейропсихологии является разноплановым - специалисты могут делать акцент в работе на определённом концепте, часто игнорируя остальные составляющие. Что в основном приводит к рассмотрению данного подхода как менее эффективного. Хотя не учитывается тот факт, что качественная работа с любым из концептов будет позитивно влиять на каждый из них. Это связано с тем, что смысл, средства опосредствования, ОП, Образ Я, личности и социокультурного контекста взаимосвязаны, но представляют разные пути коррекции. То есть, овладение смысловой нейропсихологией аналогично высокому уровню овладения психотерапией, когда психотерапевт вне зависимости от подхода может обеспечить эффективную помощь.

Во-вторых, Образ Я имеет разные уровни, которые обусловлены спецификой обработки сенсорной информации, использованием средств опосредствования и др. И для каждого уровня имеется своя специфика работы. Данных уровней множество, они не несут абсолютную специфику, хотя и опираются на координатный принцип, иерархический и др. Можно выделить несколько основных, наиболее различаемых. Первый уровень – это телесный Образ Я. Его цель интегрировать телесные ощущения в единый телесный образ, чтобы человек мог ощущать себя в реальности. Второй уровень – это уровень восприятия и представления о телесном образе. Здесь акцент делается на проекции себя, то есть взгляда со стороны образов и образов представлений, опосредованно. И в дальнейшем

уже с этой позиции интеграция. Данный уровень важен тем, что даёт начало к объединению в одну систему телесных ощущений и ОП, образов. Делая тем самым возможность человеку взаимодействовать со средой. Третий уровень – это уровень отношения к Образу Я, оценивания себя. На этом этапе человек оценивает образы, ОП, телесные ощущения относительно среды, себя и между ними, а также между перечисленными составляющими. За счёт отношения и оценки, смыслопорождения и выражения символа и др. формируются комплексы личностных черт. Четвёртый уровень – «социальный уровень» Образа Я. Главная цель – проработка диалога Образа Я человека с другими людьми. Естественно это далеко не все уровни, вероятно есть другие, помимо даже переходных форм. Но для практической деятельности перечисленные четыре уровня достаточно удобны.

В-третьих, смысловой подход нейропсихологии - это преимущественно индивидуальный подход к каждому ребёнку. Коррекционно-развивающая работа может идти от ребёнка (ориентировка на символ), от общественных нормативов (ориентировка на знак) и др. Но в основном это синтез описанных ориентиров, ключевым звеном которого является личность ребёнка.

В-четвёртых, смысловой подход является больше не методикой, а «мета-методикой». Это значит, что подход может использоваться разными специалистами и представляет собой преимущественно систему знаний и представлений. Также смысловой нейропсихолог - это специалист, который в своей работе обязан учитывать множество факторов: от понимания функционирования мозга и формирования тела и телесности человека в онтогенезе, филогенезе, культурогенезе и т.д. до оптимального владения различными психотерапевтическими техниками и др.

В-пятых, использование важных принципов смысловой нейропсихологии:

1) Стремление к опосредствованию взаимодействия ребёнка с реальностью (через предмет и т. д.). Например, когда ребёнок ползёт, он ползёт к игрушке; активное использование жестов; использования наглядной схемы проведения занятия и т.д.

2) Активное использование ОП: «топаем как муравей, как слон» и др.

3) Сюжет и тема, введение в контекст [8]. Например, «сегодня тема «Космос», и ты космонавт» и т.п. Т.е. связываем все упражнения занятия в одну систему, в которой ребёнок выражает свою личность и свои смыслы.

4) Акцент на выражение символа ребёнка и формирования смысла вместо функции [3]. Главное, чтобы ребёнок не имел оптимальный объём восприятия, а понимал, для чего он ему нужен (с какой целью оптимальный объём восприятия необходим для адаптации, и как это отражается на других психических функциях и жизни ребёнка в целом).

5) Акцент на применение социокультурных признаков в занятие. Например, использование народных сказок, обычаев, относительно этнической принадлежности ребёнка.

6) Принцип «здесь и сейчас». Использование творческого подхода в процессе занятий, акцент на инсайтах, на выражениях эмоций, конгруэнтность выражения чувств.

7) Практически полное отсутствие запретных тем по содержанию. Главное - это смыслопорождение.

Ребёнок может представлять себя киллером, может использовать моментами бранную речь и т.п. Но при всём этом строго соблюдаются психологические границы участников и подчёркиваются их личностные особенности. Т.е., если тема запретная, то она может быть использована, если имеет и осуществляет потенциал развития личности как ребёнка, так и специалиста, родителя и т.д.

Учитывая вышеописанные сложности и проанализировав коррекционно-развивающие занятия с детьми, а также усреднив направления техник, упражнений, решаемых коррекционных задач, можно выделить общую схему коррекционно-развивающих занятий в рамках смысловой нейропсихологии. Первые три этапа можно обозначить как подготовительный блок, начиная с четвёртого - основной.

1. **Работа с телесным Образом Я.** На этом этапе ведётся активная проработка глубокой, проприоцептивной, поверхностной чувствительности. Это проминания, продавливания с использованием разных ритмов (проминание под ритм и т.д.), упражнения из Бломберг-терапии, MNRI [1, 2]. Главная цель данного этапа - это интегрировать разномодальную стимуляцию, телесные ощущения в целостный телесный образ. То есть проработка первого уровня Образа Я.

2. **Работа на развитие динамического фактора.** Переключение, остановки, это можно делать под музыку, под хлопки, на любой другой модальный стимул. Особый акцент на смене уровней пространства в двигательной активности (лёжа, стоя, сидя и пр.). Основная цель - оптимизация распределения мышечного (преимущественно) и психического тонуса.

3. **Проработка крупной моторики, координации движения.** Т.е., акцент на выражении символа на уровне движений и действий. Это упражнения из МЗО [9], сенсомоторной коррекции, мозжечковой стимуляции и др. На этом этапе цель аналогична цели третьего этапа - нормализация мышечного и психического тонуса.

4. **Проработка второго уровня Образа Я.** Работа ведётся с проекцией телесного образа ребёнка, мы корректируем представление ребёнка о своём теле как о целостной воспринимаемой системе. Для этого мы обрисовываем ребёнка, и ребёнок видит образ своего тела. Так же мы работаем с конкретной частью тела (например, как в упражнении «История тела»: тяжёлые глубокие надавливания на ногу ребёнок ассоциирует со слоном; быстрые и мелкие - ассоциируются с дождиком и т.д.). Таким образом на этом этапе мы прорабатываем связку телесного ощущения – образа / ОП. Тем самым используя разную подачу ОП, их структуру (размер, цвет, количество и др.) и динамику (продолжительность, переключение и др.), мы способствуем перестройке системы взаимосвязей телесных ощущений и Образа Я в целом. При всём этом у конкретного ребёнка включаем проработку определённых смыслов за счёт специфики содержания ОП. Для некоторых детей на этом этапе коррекции мы прорабатываем третий уровень Образа Я (самооценка, самоотношение, черты личности и др.) и четвёртый уровень (диалог с другими и т.д.).

5. **Систематизация и консолидация занятия.** Главная цель - представления занятия как одной целостной истории. Например, соединяем все картинки, нарисованные в процессе занятия в одну историю. Акцент делаем на том, чтобы ребёнок являлся главным героем, играл основную роль. Для этого все рисунки можно объединить в одну сюжетную картину; вновь обрисовать ребёнка с акцентом на контексте занятия; обыграть весь сюжет в виде театральной сценки и т.д. Именно на этом этапе часто ярко выражается символ и происходит активное смыслопорождение. Ребёнок раскрывается, делится своими проблемами, отношением к себе, к окружающим, переживанием насчёт будущего.

Так же необходимо следить за нейродинамикой и её поддерживать (дыхательные упражнения, запахи, игры и т.д.) в процессе занятия, особенно между этапами.

Следует напомнить, что это общая схема коррекционно-развивающего занятия и она может значительно видоизменяться в зависимости от нейросиндрома ребёнка, состояния ребёнка и специалиста, интенсивности занятия, выбранной стратегии занятия, специфики ДРО (детско-родительских отношений) и воспитательной среды и др.

Дополнительно, в статье был сделан акцент на коррекции / развитии Образа Я, т.е., на одном из возможных путей смысловой нейрокоррекции. Поэтому особенно на втором этапе и на протяжении всего занятия в целом необходимо использовать когнитивные упражнения (на развитие мышления, памяти, когнитивной гибкости и далее).

Список литературы

1. *Blomberg Harald.* The Rhythmic movement method, 2015.

2. *Bell Clayton, Whitney Jordan, Deiss Trina, Tatarinova Tatiana, Franckle Lorri, Beaven Susan, Davis Jeffrey.* The Effect of the MNRI Method on Neurotransmitter Biomarkers of Individuals with Neurodevelopmental Disorders // *Neuroscience & Medicine*, 2019. 10, 292-321.
3. *Перегуда С.Н.* Гипотеза вероятностного заполнения как механизма сознания // *Научный журнал.* № 2 (25). С. 50-57, 2018.
4. *Перегуда С.Н.* Культурно-историческая концепция как методологическая основа смысловой нейропсихологической коррекции // *Научный журнал*, 2019.
5. *Перегуда С.Н.* Нейропсихологический подход в коррекции мисофонии // *Научный журнал*, 2019.
6. *Перегуда С.Н.* Обучение смысловому отношению к предмету как механизм психического развития ребёнка // *Научный журнал*, 2019.
7. *Перегуда С.Н.* Символ и смысл как основа нейропсихологической коррекции // *Научный журнал.* № 4 (38), С. 89-102, 2019.
8. *Цветкова Л.С.* Нейропсихологическая реабилитация больных // М.: МГУ, 1985.
9. *Семенович А.В.* Нейропсихологическая коррекция в детском возрасте. Метод замещающего онтогенеза // М., 2007.

THE CONFLICT IN MYANMAR (BURMA) - A NEW ARENA OF SINO-AMERICAN COLLISION

Churakova E.D.

*Churakova Ekaterina Dmitrievna - Bachelor degree,
SPECIALIZATION: EUROPEAN UNION AND EUROPEAN INTEGRATION,
FACULTY OF MODERN AND CLASSICAL PHILOLOGY,
SOFIA UNIVERSITY ST. KLIMENT OHRIDSKI, SOFIA, BULGARIA*

Abstract: *many modern conflicts in the international arena are fraught with hidden "wars", and also have completely different goals. The overall goal of my work is to show how one conflict covers a completely different clash of two "super forces".*

Keywords: *clash, division of territory and influence, internal conflicts.*

DOI: 10.24411/2413-7081-2020-10101

At one time this country in Southeast Asia was known as Burma. But the locals do not like this name, considering it to be foreign. Therefore, after 1989, the country was renamed Myanmar (translated as "fast", "strong"). The conflict in Myanmar began in the days of the country's struggle (then Burma) for independence after the end of World War II. It was then that clashes between Buddhists and local Muslims, the Rohingya, began. Buddhists in Myanmar - the majority, Muslims - in the minority and live compactly in the western part of the state of Arakan. A large number of refugees from neighboring Bangladesh, who settled here for a long time, live in this territory.¹

Myanmar joined the UN shortly after independence in 1948 in order to gain protection from powerful external forces. It pursued a firm policy of neutrality and non-alignment, participated in conferences on disarmament, and sought to establish friendly relations with all key countries.²

Myanmar, which borders India, Bangladesh, China, Thailand, and Laos, is rich in natural resources such as oil, gas, gold, uranium, non-ferrous metals, and precious stones, but its economy is predominantly agrarian. At first glance, this is an ordinary developing country, sandwiched on both sides by powerful neighbors. But in fact, it is the most important link in the China-Myanmar-Bangladesh-India economic corridor, the creation of which was agreed upon by the governments of these countries in 2013. According to Chinese authorities, this corridor should push, as they say in official documents, the "joint development of three large economic blocs in South, Southeast, and East Asia."³

The city of Yangon, as the former Burmese capital and the main commercial, industrial, and transport center of the country, has been included as one of the commercial ports of the "21st Century Maritime Silk Road" route, part of the Chinese "One Belt, One Road" initiative. It is of strategic importance, especially since the Strait of Malacca is located nearby, through which a quarter of the entire sea trade turnover passes. In May 2017, the naval forces of China and Myanmar conducted joint naval maneuvers for the first time. But Myanmar is not only a transit country for Chinese goods and a gateway to Southeast Asia for India. Over time, it can become a regional player in the fuel and energy sector. In terms of gas production potential, Myanmar has the capacity to rank with Kuwait, Libya, and Oman.⁴

¹ 112 News <https://112.ua/mir/vooruzhennyy-konflikt-v-myanmar-pochemu-buddisty-vytesnyayut-musulman-409451.html> 4 August, 2017.

² Simonia Aida "The Un and Burma" p.94 Magazine "Southeast Asia: Actual Problems of Development".

³ Polpred News <https://polpred.com/news/?cnt=108§or=8> (6 March 2006).

⁴ Inosme.ru News <https://inosmi.ru/economic/20171222/241057172.html> (2 December 2017).

China seeks to gain important geostrategic approaches to the Indian Ocean as a whole through Myanmar's ports and islands and to establish control over the Strait of Malacca, which plays a very important role in international strategy. The Chinese authorities are worried that the United States alone or in conjunction with Japan will be able to stop the flow of oil at any time. According to the American politician Joseph Bodansky, the former director of the U.S. House of Representatives Congressional Task Force on Terrorism and Unconventional Warfare, China is ready to risk a military conflict with regional states or even with the United States .¹

The expansion of China military and economic position in Myanmar was made for strengthens the point of India and Southeast Asia and also for admittance to the Indian Ocean. This strategy was irrelevant for the U.S. interests. Unlike the Chinese approach, the American approach may be characterized by a moralistic desire to improve the economic and political situation in Myanmar. However, for some years Burma tried to coordinate a common policy between countries: The U.S., Europe, ASEAN², India, and Japan. Such an approach would push the Myanmar state to accept the same standards of democracy and human rights accepted by its geopolitical partners.³

After a series of political reforms, including the mass release of hundreds of political prisoners in 2012, the country quickly shed its pariah status in the international community, Myanmar's main foreign ally was China. However, the growing dependence on China was increasingly seen as a strategic threat to the then military rulers of Myanmar, and the decision to conduct liberal political reforms were intended to re-engage the West as opposed to China.⁴

In addition, Myanmar is becoming for China what China used to be for the United States — a source of cheap labor. The Chinese are actively shifting unautomated manual labor, such as tailoring, on Myanmar's shoulders. Also, the landlocked Chinese provinces of Sichuan or Yunnan, thanks to the Burmese Corridor, receive additional opportunities to improve their economic situation.⁵

In my opinion that if the U.S. chose to impose tougher sanctions against the military leadership of Myanmar, this could push Myanmar even more into the arms of China. The US clearly wants to avoid this risk, while they are looking for regional allies to increase pressure on Beijing. Just look at some numbers in order to understand the threat of Sino-Myanmar economic and political convergence. From 1988 to 2015, the PRC invested in the country about 15.5 billion dollars, becoming its largest investor. Most of the money is invested in energy, transport, and port infrastructure. The turnover is growing rapidly. For example, imports from China in 2015 compared to 2005 increased from 614 million to 5.2 billion dollars. Export - from 274 million to 760 million.⁶

Viewed broadly, Myanmar is an important link in the “crusade” campaign of China against the American monopoly on globalization. Beijing wants to subordinate commodity and logistics supply chains of raw materials to the Chinese market and finished products to world markets.

¹ Lebedeva Nina “Triangle India-Myanmar-China (PROBLEMS AND COMPROMISE OF INTERACTION)”, p. 46.

² The Association of Southeast Asian Nations is a regional intergovernmental organization comprising ten countries in Southeast Asia.

³ Wayne Bert “Burma, China and the USA” Pacific Affairs. Vol. 77. № 2 (Summer, 2004), p. 263.

⁴ Lebedeva Nina “Triangle India-Myanmar-China (PROBLEMS AND COMPROMISE OF INTERACTION)”, p. 48.

⁵ Lebedeva Nina “Triangle India-Myanmar-China (PROBLEMS AND COMPROMISE OF INTERACTION)”, p. 49-50.

⁶ Simonia Aida “The Un and Burma” Magazine “Southeast Asia: Actual Problems of Development”, p. 95.

⁷ Simonia Aida “The Un and Burma” Magazine “Southeast Asia: Actual Problems of Development”, p. 96.

Chinese economic penetration of Burma has been consequential. Changes in the Burmese economy began in 1988 and especially intensified after interaction with various capitalist economies. Trading with China has significantly increased the percentage of Myanmar in the total market and has outpaced the percentage of China's interaction with other South Asian countries. Because of the large number of Chinese goods and people especially in northern Myanmar, Chinese colonization also led to an influx of Chinese people that increased housing prices and the cost of living. However, for the neighbors of China, such interaction was alarming, since it could be used for subversive geopolitical goals in relation to South and South-East Asia. Yet China can deny employing this as an active political strategy, since this is a normal consequence of economic development.¹

For all its activity in Myanmar, for the United States, the geopolitical position was not a problem, so there was not even an attempt to change the position of China. The U.S. tiller was motivated by the nondemocratic nature of the regime's violation of human rights and heroin production. The United States also has to deal with the political pressure exerted by its own Congress, leading to a policy neither of completely investing in Myanmar nor in abandoning the status quo, but rather to a policy of trying to be morally correct. The problem of the current policy is not that it cannot withstand the influence of China, but that it cannot improve the human rights situation and push the country towards democratic processes that are recognized by international participants, and crucially by the United States.² However, sanctions by the United States in 1997 - a ban on new investments and in 2003 against imports into the United States and the freezing of Burmese assets in the United States led to the interest of other countries, especially in Asia, to replenish the care of the United States, which will have a small effect on Myanmar, but will have a detrimental effect on American firms.³

The effect of sanctions has a great effect on the poor, while the military elite is able to provide for themselves. The United States pays the most attention to cooperation with Burma and drug eradication. Beyond the United States, the local drug epidemic has drawn international attention China, which the drug epidemic China suffered costs associated with Chinese policy, for the sake of a ceasefire by minority groups was carried out to a large export of drugs to China, which later led to AIDS epidemic. The U.S. government calls Myanmar to fight drugs at a very limited level.⁴ In this matter, I believe that in order to increase effectiveness in the fight against drugs, it is better to attract international efforts to increase the influence on various local actors.⁵

Economic sanctions against the Republic of the Union of Myanmar (RSM) by the US and the EU have been gradually introduced since 1997. In response to the repression applied to the opposition by the military regime, and repeated reports by the world media about violations of human rights in Myanmar. Later, Myanmar also excluded most European countries from similar national GSP systems.

In 2003, President B. Clinton signed the Burmese Freedom and Democracy Act law, which suspended all export-import operations between Myanmar and the United States, and owned property in the US. Washington and, following them, the European Union canceled contracts for the supply of weapons and equipment for the needs of the army and police of Myanmar, stopped the purchase of precious metals and stones from this country. A ban was imposed on the exchange of delegations at the highest level.

¹ May Maung, "On the Road to Mandalay: A Case Study of the the Sinonization of Upper Burma" (May, 1994), pp.447-459.

Wayne Bert "Burma, China and the USA" Pacific Affairs Vol.77 No.2 (Summer, 2004), p. 266.

² US State Department interview, January, 2002.

³ Wayne Bert "Burma, China and the USA" Pacific Affairs Vol.77 No.2 (Summer, 2004), p. 277.

⁴ Wayne Bert "Burma, China and the USA" Pacific Affairs Vol.77 No.2 (Summer, 2004), p. 278.

⁵ Wayne Bert "Burma, China and the USA" Pacific Affairs Vol.77 No.2 (Summer, 2004), pp. 277-278.

Since 2010, a process of democratic reforms has been underway in the Republic. About 300 political prisoners were granted amnesty, the country's authorities reformed the legal framework in order to change its provisions that are contrary to human rights, and began to increase interaction with international organizations. In 2010, Myanmar held general democratic multiparty elections, the results of which formed a civilian government. Parliamentary seats were also awarded to the NLD opposition party, headed by Nobel laureate Aung San Suu Kyi, who spent about 20 years under house arrest during the rule of the military. Regular parliamentary elections are scheduled for 2015.

These measures have led to a gradual decrease in sanctions pressure from the US and the EU.

In July 2012, by decree of President Barack Obama, American companies again received the right to invest in the economy of Myanmar (the oil and gas industry, energy, tourism, food sector), as well as provide financial services to the country in the United States. The US State Treasury has lifted financial restrictions on activities in the Myanmar area of American NGOs implementing humanitarian projects. In 2012, the State Department also called for the restoration of full diplomatic relations with Myanmar. Visa bans were lifted for a number of RSM government officials and exchange of high-level delegations was allowed. In November 2013, a few days before Obama's visit to Myanmar, Washington lifted the embargo on the importation into the US of all categories of goods from Myanmar, with the exception of precious stones.

In 2013, the EU countries agreed to suspend the majority of sanctions against Myanmar. The restrictions previously imposed on about 500 officials and 800 PCM companies were lifted. In April 2013, the European Union also restored Myanmar in its Generalized System of Preferences. The United States has not yet returned Myanmar to the national GSP. US Secretary of Commerce P. Pritzker during his visit to RSM in June 2014, however, spoke about the possibility of the issue being considered by the Congress in August 2014. The most painful for Myanmar remains the US embargo on the export of arms and military equipment, which the Obama administration does not intend to remove.

The ban on the delivery of armaments, military equipment and special means for the police to the RSM from the European Union (this embargo was extended by the EU in April 2014 until 04/31/2014), as well as the import of precious stones from Myanmar to Europe, also remains in force. In June 2014, Barack Obama extended sanctions against individuals and organizations of Myanmar related to representatives of the old regime (mostly middle and high-level merchants who invest in the domestic market the bulk personal funds of former generals).

Because of China's participation in many areas in Myanmar, an image has been created that carries peace and stability. This creates a contrast with the activities of the US, which focused on the economic development of Myanmar and the transition of Myanmar to the progress of integration of Southeast Asia, so that the United States could, along with India and ASEAN, propose China to compete for Myanmar. It should develop a strategy for cooperation with Europe and the ASEAN so that in the future all these countries should cooperate to achieve their goals and not interfere with each other. The ASEAN countries, especially Thailand, have demonstrated their strong reluctance to intervene in the internal affairs of Myanmar. However, this is a very dubious policy of isolation in relation to Burma, in the past, there was the experience of this policy in relation to Cuba, and it did not work. In this situation, there is no single strategy in relation to Burma.¹

There is an inseparable link between China and the military government, as there is a noticeable need for Myanmar in political economic and military support. However, possible changes could affect other areas of cooperation. For example, they would have influenced the gradual development of democracy but the lacks an independent civil society and a

¹ Jurgen Ruland "Burma Ten Years After the Uprising: the regional dimension".

normal standard of living, there is also a lack of civic culture that would influence the current thinking of people and help bring new ideas.¹

“Ernest Preeg² offers a “proactive flexible engagement”, including making explicit what changes would need to be made in Myanmar to elicit a more favourable U.S. reaction, initiating high level diplomatic contacts with Myanmar, offering assistance in mediating between the government and the NLD³, and offers of specific monetary rewards for progress in certain areas”.⁴

Today, it is obvious that various events of the past had little impact on the overall formulation of policies, which could in turn undermine the progress that makes towards developing economically and sociopolitically.

References

1. *Simonia Aida*. “The Un and Burma” Magazine “Southeast Asia: Actual Problems of Development”. P. 94-96.
2. *Lebedeva Nina*. “Triangle India-Myanmar-China (PROBLEMS AND COMPROMISE OF INTERACTION)”. P. 46-50.
3. *Wayne Bert* “Burma, China and the USA”. Pacific Affairs. Vol. 77. № 2 (Summer, 2004). P. 263-278.
4. *May Maung*, “On the Road to Mandalay: A Case Study of the the Sinonization of Upper Burma” (May, 1994). P. 447-459.
5. *Jurgen Ruland*. “Burma Ten Years After the Uprising: the regional dimension”.
6. *Jagan Larry*. “China gives Burma support, but also urges change”. Inter Press Service (May 11, 2004).
7. *Ernest Preeg*. “Feeling Good or Doing Good”. Pp. 140-144.
8. Inosme.ru News [Electronic Resource]. URL: <https://inosmi.ru/economic/20171222/241057172.html/> (2. December 2017)/ (date of access: 20.01.2020).
9. 112 News [Electronic Resource]. URL: <https://112.ua/mir/vooruzhennyy-konflikt-v-myanmar-pochemu-buddisty-vytesnyayut-musulman-409451.html/> 4 August 2017/ (date of access: 20.01.2020).
10. Polpred News <https://polpred.com/news/?cnt=108§or=8> 6 March 2006.
11. Polpred News. [Electronic Resource]. URL: <https://polpred.com/news/?cnt=108§or=8/> 6 March 2006.

¹ Larry Jagan “China gives Burma support, but also urges change”, Inter Press Service (May 11, 2004).

² Ernest Henry Preeg (1934-2017) is an American economist from Virginia.

³ National League for Democracy, a political party in Myanmar (Burma).

⁴ Ernest Preeg “Feeling Good or Doing Good” pp140-144, Wayne Bert “Burma, China and the USA” Pacific Affairs Vol. 77. № 2 (Summer, 2004), p. 282.

ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КОРЕННЫХ НАРОДОВ, СОСТАВЛЯЮЩИХ ЭТНИЧЕСКИЙ СУБСТРАТ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

Хилтухина Е.Г.

*Хилтухина Евгения Геннадьевна – доктор философских наук, доцент, профессор,
кафедра социально-гуманитарных наук,
Московский университет им. С.Ю. Витте, г. Москва*

Аннотация: в данной статье раскрывается роль традиции в становлении культуры. Их взаимосвязь и ценностный аспект творческого характера и культуры и традиции. Особую роль во взаимосвязи культуры и традиции играет традиционная культура или народная культура коренных народов любой страны, и в частности, России. В этой статье раскрываются элементы бурятской народной традиционной культуры.

Ключевые слова: культура, традиция, взаимодействие, народ, ценности, творчество, буряты, природа, деятельность, нормы, правила, хозяйство, духовность, вера, человечество.

Традиционная культура своими корнями уходит в традиционное общество, которое предстаёт как память о прошлом всего человечества. Именно культура традиционного общества раскрывает главные особенности этнического, религиозного и социального развития. В традиционном обществе сохраняются элементы традиционной культуры, которая характеризуется ориентацией на сакральные или сверхценные идеи, на наследие предков. Эта культура носит не только традиционный характер, но и народный, поскольку её становление является первой ступенью общественного развития и она еще очень близка естественному развитию мира, так как «культура - это природа, преобразованная посредством человеческой деятельности». Господствующее место в культуре занимают иррациональные ценности и нормы. Формированию традиции предшествует формирование в сознании человека некой новой модели мироздания, включающей представление как о мире в целом, так и о его социальном и культурном устройстве в особенности. Установление этих ценностно-космологических иерархий, этого порядка бытия оказывает в свою очередь влияние на институциональные и поведенческие модели, принятые в данном обществе. Во-первых, это происходит посредством формирования определенной совокупности жизненных целей и средств к их достижению, из числа которых члену общества и приходится делать свой выбор. Ведь цели и стремления, считающиеся допустимыми в рамках той или иной культурной модели, конечно же, ограничены. То, что поощряется в одних культурах, наказуемо в других. Кроме того, эти цели как бы ранжированы друг по отношению к другу, одни считаются более престижными, другие — менее. Во-вторых, указанное выше влияние осуществляется посредством создания определенных механизмов регулирования распределения ресурсов общества, моделей обмена и взаимодействия, которые относятся к большинству институциональных сфер данного общества.

Традиционная культура принимает во внимание полезность традиционных форм поведения и хозяйственной деятельности, сохраняет и следует унаследованным с древности ценностям и доктринам, которые выступают символами. Об этом свидетельствует высказывание Л.А. Уайта: «Культура представляет собой организацию тех явлений и деятельности (норм, поступков), предметов (средств, вещей, созданных с помощью орудий), идей (веры, знания) и чувств (установок... ценностей), которые связаны с использованием символов. Под культурой мы подразумеваем непрерывность вещей и событий во времени и вне человеческого

организма, которую поддерживает создание символов». Традиция – это передача, предание, элементы социального и культурного наследия, передающиеся от поколения к поколению и сохраняющиеся в определённых обществах, классах и социальных группах в течение длительного времени. Традиция охватывает объекты социального наследия (материальные и духовные ценности), процесс социального наследования, его способы. В качестве традиции выступают определённые общественные установления, нормы поведения, ценности, идеи, обычаи, обряды и т.д. Традиция не сводится к наиболее стереотипным своим разновидностям, таким как обряд, обычай, но распространяется на гораздо более широкую область социальных явлений, в основе которой лежит культура духа. Так, по мнению Н.Я. Бердяева «всякая культура (даже материальная культура) есть культура духа; всякая культура имеет духовную основу - она есть продукт творческой работы духа над природными стихиями. Но в самой культуре обнаруживается тенденция к разложению своих религиозных и духовных основ, к низвержению своей символики. И культура античная и культура западноевропейская переходит через процесс «просвещения», которое порывает с религиозными истинами культуры и разлагает символику культуры. В этом обнаруживается роковая диалектика культуры». Традиция - это всеобщий духовно-родовой опыт культуры, принявший устойчивый характер, закреплённый в определённых стереотипах и правилах культурной деятельности данного общества. Существование традиций в обществе – закономерное явление. Ведь, как и культура, общество не стоит на месте, а постоянно развивается и деятельность человека в обществе требует новых явлений культуры, новых подходов к развитию общества, что, естественно, формирует и новые традиции, определяющие и выражающие потребности людей данного общества в укреплении культуры. Значит соотношение понятий: культура - традиция – общество должно дополняться новацией. Нельзя забывать, что традиция – это не только память прошлого, но также и явление, которое утверждает культуру и выступает дополнением к новациям, ибо без знаний традиции невозможно понять и новаторские модели бытия общества и культуры. Культура, как продукт и способ деятельности человека, раскрывает единство новации и традиции, поскольку эти два, казалось бы, противоположных явления не могут существовать друг без друга в силу диалектического единства, которые связываются благодаря человеку. Можно говорить о культурной традиции, которая, в конечном итоге, является результатом определённого цикла трансформаций, происходящих в следующих состояниях опыта человеческой жизни: выбора той или иной новации из того или иного набора вариантов, её принятия в группах и последующей стереотипизации. Как полагает Ю.М. Лотман «культура представляет собой «совокупность всех наследственных информации, способов их организации и сохранения». Исходным же источником генерации новаций являются личности, которые способствуют устранению синкретизма культурной традиции. Нельзя забывать, что для традиции характерен синкретизм, нерасчленённость культурных явлений, что говорит о взаимосвязи и взаимодействии всех традиционных форм хозяйства и культуры в целом. Тем более что становление традиционной культуры происходит благодаря формированию народа, как определённого этноса. По мнению Б.В. Маркова «Человек, как слабое и неприспособленное к естественной окружающей среде животное, созревает в искусственной среде обитания. Это место издавна зовется домом, и его границы постоянно расширяются по мере увеличения семьи, племени, этноса, народа».

В ходе этногенеза, под влиянием особенностей хозяйственной деятельности в определённых природных условиях и других причин формируются характерные для этноса черты материальной и духовной культуры, быта, групповых психологических характеристик. У членов этноса появляется общее самосознание, основное место в котором занимает представление об общности их происхождения. Внешним проявлением этого самосознания является общее самоназвание – этноним.

Сформировавшаяся этническая общность выступает как социальный организм, самовоспроизводящийся путём этнически однородных браков и передачи новому поколению языка, культуры, традиций, этнической ориентации и т.д. Этнические общности подвержены изменениям в ходе этнических процессов – консолидации, ассимиляции и т.п. Для более устойчивого существования этническая общность стремится к созданию своей социально-территориальной организации.

Традиционная культура бурят, как и других народов России, включает в себя обычаи, традиции, обряды, сложившиеся в процессе исторического развития. Каждый народ имеет свои собственные элементы традиционной культуры. Любая традиционная культура включает в себя, прежде всего, традиционное хозяйство, материальную культуру, которая вбирает духовно-нравственные и художественные особенности. Для традиционной культуры всех народов, в том числе и бурят характерным было развитие скотоводства, охоты и рыболовств, как элементы материальной культуры. Но и существовали особенности в таком традиционном хозяйстве, как духовная культура, раскрывающая основы религиозно-мифологического сознания в форме язычества: шаманизм. Так, в силу того, что буряты были кочевниками, то и ведение хозяйства определялось системой кочевания. Кочевое скотоводство основывалось на пастбищах, на пастбищном выпасе скота в течение круглого года. В результате вся материальная деятельность отражалась в сознании народа и формировала традиционное мировоззрение.

Список литературы

1. *Бердяев Н.А.* Воля к жизни и воля к культуре. М., 1990.
2. Большая советская энциклопедия. М., 1975. Т. 30.
3. *Гелен А.* Образ человека в свете современной антропологии // *Личность. Культура. Общество*, 2007. Вып. 3. С. 37-51.
4. История Бурят-Монгольской АССР. Улан-Удэ, 1967.
5. История и культура бурятского народа. Улан-Удэ, 1999.
6. *Марков Б.В.* Культура повседневности. СПб, 2008.
7. *Плахов В.Д.* Традиции и общество (Опыт философско-социологического исследования). М., 1982.
8. *Суханов И.В.* Обычаи, традиции и преемственность поколений. М., 1976.
9. Традиционная культура. М., 1977.
10. *Уайт Л.* Избранное: Наука о культуре. М.: РОССПЭН, 2004. 960 с.
11. *Хилтухина Е.Г.* Гуманитарное образование – основа совершенствования человека. *Наука и образование сегодня.* № 1 (2), 2016. С. 4-12.
12. *Хилтухина Е.Г.* Философское объяснение метафоры. *Наука, образование и культура.* № 4 (7), 2016. С. 29-31.
13. *Хилтухина Е.Г.* Роль эстетического воспитания в формировании человека. *Проблемы современной науки и образования.* № 2, 2017. С. 67-70.
14. Энциклопедический словарь по культурологии, 1995.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ИЗДАТЕЛЬСТВО
«ПРОБЛЕМЫ НАУКИ»**

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:
153008, РФ, Г. ИВАНОВО, УЛ. ЛЕЖНЕВСКАЯ, Д. 55, 4 ЭТАЖ
ТЕЛ.: +7 (910) 690-15-09.**

**HTTP://SCIENTIFICMAGAZINE.RU
E-MAIL: INFO@P8N.RU**

**ТИПОГРАФИЯ:
ООО «ПРЕССТО».
153025, Г. ИВАНОВО, УЛ. ДЗЕРЖИНСКОГО, Д. 39, СТРОЕНИЕ 8**

**ИЗДАТЕЛЬ:
ООО «ОЛИМП»
УЧРЕДИТЕЛЬ: ВАЛЫЦЕВ СЕРГЕЙ ВИТАЛЬЕВИЧ
117321, МОСКВА, УЛ. ПРОФСОЮЗНАЯ, Д. 140**



ИЗДАТЕЛЬСТВО «ПРОБЛЕМЫ НАУКИ»
[HTTPS://WWW.SCIENCEPROBLEMS.RU](https://www.scienceproblems.ru)
EMAIL: INFO@P8N.RU, +7(910)690-15-09



**НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ «НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ»
В ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ПОРЯДКЕ РАССЫЛАЕТСЯ:**

1. Библиотека Администрации Президента Российской Федерации, Москва;
Адрес: 103132, Москва, Старая площадь, д. 8/5.
2. Парламентская библиотека Российской Федерации, Москва;
Адрес: Москва, ул. Охотный ряд, 1
3. Российская государственная библиотека (РГБ);
Адрес: 110000, Москва, ул. Воздвиженка, 3/5
4. Российская национальная библиотека (РНБ);
Адрес: 191069, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 18
5. Научная библиотека Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (МГУ), Москва;
Адрес: 119899 Москва, Воробьевы горы, МГУ, Научная библиотека

ПОЛНЫЙ СПИСОК НА САЙТЕ ЖУРНАЛА: [HTTPS://SCIENTIFICMAGAZINE.RU](https://scientificmagazine.ru)



Вы можете свободно делиться (обмениваться) — копировать и распространять материалы и создавать новое, опираясь на эти материалы, с **ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ** указанием авторства. Подробнее о правилах цитирования: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ru>

ЦЕНА СВОБОДНАЯ