



**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Ивановский государственный энергетический университет
имени В.И. Ленина»**



СОЦИУМ. НАУКА. ОБРАЗОВАНИЕ

**XI Региональная молодежная
научно-практическая конференция**

**Материалы конференции
(электронный ресурс)**

Иваново 2026

СОЦИУМ. НАУКА. ОБРАЗОВАНИЕ: Материалы XI Региональной молодежной научно-практической конференции [Электронный ресурс] // Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина». – Иваново, 2026. – 381 с.

Доклады студентов, аспирантов и молодых учёных, помещенные в сборник материалов конференции, отражают основные направления научной деятельности в области экономических, социальных и гуманитарных наук.

Тексты докладов представлены авторами в виде файлов, сверстаны и при необходимости сокращены. Авторская редакция сохранена.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Председатель оргкомитета: Лисова С.Ю. – проректор по молодежной политике;

Зам. председателя: Тарасова А.С. – декан факультета экономики и управления;

Секретарь: Мошкарина М.В. – заместитель декана факультета экономики и управления по научно-исследовательской работе;

Члены оргкомитета:

Наумова Е.А. – заведующая кафедрой русского и иностранных языков;

Тюрина С.Ю. – заведующая кафедрой интенсивного изучения английского языка;

Королева Т.В. – заведующий кафедрой истории, философии и права.

СЕКЦИЯ 1

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК: ТЕОРИЯ, ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ

**Председатель – к.филос.н., доц. Бутырина М.В.
Секретарь – к.соц.н., доц. Журавлева И.В.**

*Д.В. Веретенникова, студ.; рук. И.В. Журавлева, к.социол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРЕДПОЧТЕНИЯ КЛИЕНТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЫ «НЕЙРОСОФТ АКАДЕМИЯ»: МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ

«Нейрософт Академия» - это единая, структурированная образовательная платформа, разработанная компанией «Нейрософт». Она объединяет более 1000 материалов для обучения работе с оборудованием по нейрофизиологии, аудиологии и реабилитации. Платформа предлагает бесплатные курсы, вебинары, научные статьи и книги НейроБиблиотеки для врачей и специалистов [1].

В 2026 году нами было проведено опросное исследование клиентов образовательной платформы «Нейрософт Академия» (n=47). Целью исследования стало выявление предпочтительных форм обучения для пользователей сайта в зависимости от разных факторов. Исследование проводилось в форме телефонного интервью.

На данный момент на базе платформы «Нейрософт Академия» представлены следующие формы обучения:

- Очное (визиты в офис «Нейрософт», конференции, мастер-классы, визиты специалиста из команды «Нейрософт»);
- Онлайн (вебинары Zoom, курсы нового формата, размещенные онлайн на платформе «Нейрософт Академия» с набором видео-лекций по теме и возможностью пройти тестирование после изучения выбранной темы);
- Комбинированный формат (онлайн-теория+ визит специалиста, онлайн-теория+ практика в «Нейрософт», онлайн-теория+ практика на базе клиники в крупном городе).

Мы проанализировали предпочтения клиентов платформы в зависимости от темы курса и типа клиники (частная или государственная).

Практические и демонстрационные темы (такие как психофизиологическое тестирование или аудиология), чаще выбирают в очном формате (100% и 66,7% соответственно), поскольку требуют hands-on опыта, оборудования и личного инструктажа. Теоретические или удалённо осваиваемые темы (вроде Снолрекс или ИОНМ) для удобства и экономии времени предпочитают в цифровых или гибридных вариантах (табл. 1).

Таблица 1. - Предпочтения по формам проведения в зависимости от выбранной темы, %

Тема образовательного курса	Формат		
	Очный	Онлайн	Комбинированный
Транскраниальная магнитная стимуляция	45,0	15,0	40,0
Психофизиологическое тестирование	100,0	0,0	0,0
Спиромитрия	33,3	33,3	33,3
Аудиология	66,7	33,3	0,0
Стимуляционная электро­нейромиография	50,0	0,0	50,0
Полисомнография	0,0	50,0	50,0
Основы ЭЭГ мониторинга	33,3	22,2	44,4
Снолрекс	0,0	100,0	0,0
Интраоперационный нейромониторинг (ИОНМ)	0,0	0,0	100,0

Баланс наблюдается в многогранных темах, например, транскраниальная магнитная стимуляция (45% очный, 40% комбинированный форматы) или основы ЭЭГ-мониторинга (44,4% комбинированный), где сочетают теорию и практику. Несмотря на различные показатели для разных групп респондентов (разделенных по тематикам обучающих курсов), наиболее предпочтительными являются очный и комбинированный форматы, так как 40% предпочитают один из них (табл. 1).

Таблица 2. - Предпочтения по форматам занятий в зависимости от типа клиники, %

Формат	Тип клиники	
	Частная	Государственная
Очный	57,9	38,5
Онлайн	10,5	23,1
Комбинированный	31,6	38,5

Исследование показало, что клиенты из частных клиник отдают большее предпочтение очным образовательным мероприятием (57,9%) что может быть связано с большей гибкостью графиков, финансовыми возможностями для поездок и ориентацией на личное взаимодействие. Однако почти треть (31,6%) респондентов из частных клиник так же предпочитают комбинированный формат курсов (табл. 2).

Клиенты из государственных клиник одинаково предпочитают очные мероприятия и комбинированный формат (38,5%), но почти пятая часть респондентов выбирают для себя именно онлайн формат, вероятно, из-за

жёстких графиков, бюрократии и ограниченных ресурсов на перемещение.

Библиографический список

1. Академия NeuroSoft: образовательный портал / NeuroSoft. — URL: <https://academy.neurosoft.com/ru> (дата обращения: 05.05.2026).

Н.С. Горбунов, И.А. Москалев, студ.;
рук. М.В. Бутырина, к.филос.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)

ФИНАНСИРОВАНИЕ ТЕРРОРИЗМА: КАК ОТСЛЕЖИВАЮТСЯ И БЛОКИРУЮТСЯ ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ

Согласно российскому законодательству, «финансирование терроризма – это предоставление или сбор денежных средств с целью поддержки террористических организаций или отдельных террористов» [1]. Деньги используются для подготовки терактов, покупки оружия, пропаганды, вербовки и логистики.

Борьба с финансированием терроризма является одной из ключевых задач международной безопасности, поскольку без финансовой поддержки террористические структуры не могут долго существовать.

Террористические организации используют разные источники доходов.

1. Незаконная деятельность (торговля наркотиками, контрабанда оружия, торговля людьми, нелегальная добыча полезных ископаемых).

2. Легальные источники (пожертвования через благотворительные организации, сбор средств через интернет, использование бизнеса как прикрытия).

3. Другие источники (выкупы за похищенных людей, финансовая поддержка от отдельных государств, использование криптовалют).

Как отслеживаются денежные потоки.

Для выявления финансирования терроризма используются специальные системы финансового контроля. Прежде всего, это банковский мониторинг, когда банки обязаны отслеживать подозрительные операции клиентов.

Признаками подозрительных операций являются следующие: необычно крупные переводы, частые переводы небольших сумм, переводы

в страны с высоким риском терроризма, использование подставных компаний.

Во многих странах также существуют подразделения финансовой разведки, которые анализируют банковские данные и выявляют связи между подозрительными операциями.

Когда подозрительные финансовые связи подтверждаются, применяются следующие меры.

1. Замораживание счетов (банковские счета подозреваемых лиц и организаций блокируются для предотвращения использования средств).

2. Экономические санкции (государства могут вводить санкции против тех организаций, компаний или стран, которые поддерживают терроризм).

3. Контроль финансовых организаций (банки, платежные системы и криптовалютные платформы обязаны соблюдать строгие правила проверки клиентов).

Сегодня борьба с финансированием терроризма сталкивается с новыми трудностями, которые усложняют отслеживание финансовых потоков: использование криптовалют, анонимные онлайн-платежи, использование социальных сетей для сбора средств).

Эффективная борьба возможна только при сочетании финансового контроля банков, работы финансовой разведки и международного сотрудничества.

Библиографический список

1. О некоторых вопросах судебной практики по уголовным делам о преступлениях террористической направленности [Текст]: постановление Пленума Верховного Суда РФ от 09 февр. 2012 г. № 1 (ред. от 03 нояб. 2016 г.) // Бюллетень Верховного Суда РФ. – 2012. – № 4.

2. Отчет о секторальной оценке рисков легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма / Банк России. 2025. – URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.cbr.ru/Content/Document/File/180588/report_sor_od_ft_2025.pdf.

3. Тарасова Е. Противодействие финансированию терроризма в современных условиях цифровой трансформации общества // Научный Лидер. – 2026. – №14 (267). – URL: <https://scilead.ru/article/11524-protivodejstvie-finansirovaniyu-terrorizma-v>.

ПОРТРЕТ КЛИЕНТОВ ФУДЗОНЫ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ

В современных рыночных условиях, характеризующихся высокой конкуренцией и изменением поведенческих распределений потребителей, способность предприятий общественного питания удерживать существующих клиентов становится критическим фактором экономической эффективности. Зная мотивы, которыми руководствуются посетители фудзоны, администрация может сформировать маркетинговые стратегии, опираясь на результаты маркетинговых опросов.

В марте 2026 г. нами был проведен опрос среди гостей фудзоны «FoodPark» в ТРЦ «Ясень» г. Иваново (n=62). Основная цель исследования - выяснить уровни удовлетворенности посетителей и разработать рекомендации по повышению лояльности клиентов.

Судя по результатам исследования, каждый второй гость приходит в «FoodPark», чтобы отдохнуть с друзьями/семьей, почти треть – просто поужинать, перекусить (табл.1).

Таблица 1 – Цели посещения «FoodPark», % и ранги

Цель посещения	%	Ранг
Отдохнуть	40,9	1
Поужинать, перекусить	31,8	2
Попить кофе / чай, съесть десерт	15,9	3
На обед во время перерыва	6,8	4
На деловую встречу	2,3	5-6
Отметить торжество	2,3	5-6

Мы разделили посетителей «FoodPark» на две группы: «обычные» гости (те, для кого поход в фудзону торгового центра – это обычная, но не каждодневная практика, их доля составила 52,3%) и «истинные» клиенты (те, для кого поход в фудзону торгового центра- постоянная практика, их доля составила 22,7%). При этом доля «случайных» посетителей, которые впервые пришли в фудзону, составляет 25,0%.

В ходе исследования респондентам предлагалось ответить на вопрос, почему они выбрали для посещения «FoodPark» в ТРЦ «Ясень». И «истинные», и «обычные» гости руководствуются прежде всего удобным расположением и приемлемостью цен в кафе фудзоны. Вместе с тем, среди «истинных» клиентов каждый пятый ставит на 3 место в качестве факторов выбора фудзоны высокие оценки работы обслуживающего персонала (22,2%), тогда как среди «обычных» клиентов этот фактор не является первостепенным и занимает лишь 8 место (4,8%). Кроме того, нема-

ловажным фактором для «обычных» клиентов по сравнению с «истинными» является разнообразие кухонь (15,2%). Более того, для «истинных» клиентов проведение акций (10,0%) является более значимым фактором по сравнению с клиентами «обычного» порядка (2,3%) (табл.2).

Таблица 2 – Факторы выбора «FoodPark» в разных группах, % и ранги

Критерии	«Истинные» клиенты		«Обычные» клиенты	
	%	Ранг	%	Ранг
Удобство расположения	43,2	1	30,6	1
В этой фудзоне приемлемые цены	36,4	2	25,8	2
Нравится работа обслуживающего персонала	22,2	3	4,8	8
Быстрая доставка	16,7	4-5	15,2	3-5
Порекомендовали друзья, родственники, знакомые	16,7	4-5	15,2	3-5
Устраивает интерьер, дизайн, обстановка фудзоны	11,1	6	5,6	7
В фудзоне есть разные кухни	10,0	7-8	15,2	3-5
Здесь проводят акции	10,0	7-8	2,3	10
В фудзоне есть Wi-Fi	5,6	9	4,5	9
Нравится кухня (ассортимент блюд, вкус и качество приготовления еды)	4,5	10	10,0	6
Нравится вкус, ассортимент подаваемых горячих напитков	2,3	11	1,6	11

Таким образом, полученные данные свидетельствуют о том, что нет необходимости разработки дифференцированной стратегии управления лояльностью клиентов. Только может быть, для удержания «истинных» клиентов целесообразно сделать акцент на программах лояльности и специальных акциях, а для привлечения и перевода «обычных» посетителей в более лояльные сегменты ключевыми инструментами должны стать совершенствование ассортимента предложения (разнообразие кухонь), усиление работы с сарафанным радио (стимулирование рекомендаций) и активное присутствие в цифровой среде (отзывы, социальные сети). Реализация такой стратегии позволит повысить общий уровень удовлетворенности и частоту повторных визитов в фудзону «FoodPark».

Библиографический список

1. Котлер Ф., Келлер К. Л., Чернев А Маркетинг менеджмент. СПб: Питер. 2024. 608 с.

*В.А. Ермилова, студ.; рук. И.В. Журавлева, к.социол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

РЕЙТИНГОВАЯ СИТУАЦИЯ НА ОБУВНОМ РЫНКЕ В Г. ИВАНОВО

Весной 2026 года нами был проведен опрос среди покупателей обуви в городе Иваново (N=50), каждый из которых имел опыт приобретения обуви в магазине «Kari». Целью работы стал анализ конкурентной среды на рынке обувных розничных сетей г. Иваново. В ходе исследования были выявлены ключевые факторы лояльности потребителей, а также потенциальные факторы отказа от совершения покупок.

Полученные данные позволили определить текущего лидера рынка (по распределению ответов на вопрос «Представьте, что Вам необходимо купить обувь. Какой магазин Вы предпочтете?») и оценить устойчивость его конкурентных позиций (таблица 1).

Таблица 1 – Рейтинги обувных магазинов в г. Иваново, % и ранги

№	Название магазина	%	Ранг
1	Kari	60,6	1
2	Zenden	12,1	2-3
3	Econika	12,1	2-3
4	Belwest	6,1	4-5
5	Тофа	6,1	4-5
6	Familia	3,0	6

Результаты демонстрируют явное доминирование сети «Kari»: этот магазин назвали лучшим 60,6% от всех опрошенных. На втором месте с большим отрывом – «Zenden» и «Econika» (по 12,1% каждый). Далее следуют «Тофа» и «Belwest» (по 6,1%), замыкает список «Familia» (3,0%). Рейтинговая ситуация характеризуется как монопольно-лидерская: один игрок набирает более половины предпочтений.

Тем не менее высокая доля предпочтений не означает полной защищённости бренда. В рамках исследования респондентам, имевшим опыт покупок в «Kari», был задан вопрос о том, что могло бы заставить их перестать покупать в этом магазине (таблица 2).

Таблица 2 – Причины отказа от «Kari», % и ранги

№	Причина отказа	%	Ранг
1	Ухудшение качества	90,9	1
2	Негативный опыт сервиса	60,6	2
3	Рост цен	42,4	3
4	Сужение ассортимента	39,4	4
5	Другой магазин поблизости	9,1	5-6
6	Скандал в компании	9,1	5-6

Данные показывают: главный триггер отказа – ухудшение качества товаров (90,9%). Второй по значимости фактор – личный негативный опыт (60,6%). Рост цен и сужение ассортимента сместились на третье и четвертое места (42,4% и 39,4% соответственно). Все это вместе свидетельствует о высокой чувствительности аудитории к качеству продукции, личным впечатлениям от покупок и ценовой политике сети. «Появление другого магазина поблизости» и «скандал в компании» получили по 9,1% каждый. Покупатели «Kagi» уходят не столько к конкурентам, сколько от внутренних проблем бренда – прежде всего от падения качества и накопленного негативного опыта.

Также в анкете измерялась готовность респондентов рекомендовать «Kagi» знакомым или родственникам – классический индикатор лояльности (таблица 3).

Таблица 3 – Готовность рекомендовать «Kagi», % и ранги

№	Готовность порекомендовать	%	Ранг
1	Скорее порекомендую	57,6	1
2	Обязательно порекомендую	18,2	2
3	Затрудняюсь ответить	12,1	3
4	Скорее не порекомендую	9,1	4
5	Ни в коем случае	3,0	5

Для количественной оценки лояльности покупателей используется индекс NPS (Net Promoter Score) – метрика, отражающая готовность потребителя рекомендовать компанию своим знакомым [2]. Респонденты делятся на три категории на основе ответа на вопрос о вероятности рекомендации по шкале от 0 до 10: промоутеры (9–10 баллов) – лояльные клиенты, готовые рекомендовать; нейтралы (7–8 баллов) – пассивные, но не критикующие; детракторы (0–6 баллов) – нелояльные, способные создать негативный отзыв. Индекс NPS рассчитывается как разница между долей промоутеров и долей детракторов, выраженная в процентах [2].

Большинство респондентов готовы рекомендовать магазин «Kagi»: 57,6% ответили «скорее порекомендую», 18,2% – «обязательно порекомендую» (они и составляют ядро «промоутеров»). Детракторами (критиками) являются 12,1% (9,1% + 3,0%), ещё 12,1% затруднились с ответом.

В данном исследовании NPS составил 6,1% (18,2% промоутеров минус 12,1% детракторов). Однако здесь кроется противоречие: люди готовы рекомендовать «Kagi», но более 42% заявили, что уйдут при первом значительном повышении цен. Это «хрупкая лояльность» – привязанность держится на доступной цене и широком выборе.

Сопоставляя все три показателя, получаем: «Kagi» – бесспорный лидер (60,6%), но его позиции уязвимы. Покупатели крайне чувствительны к ценам и ассортименту – эти факторы могут переключить до 78,8% аудитории.

Таким образом, рейтинговая ситуация – устойчивое доминирование одного игрока с высокими внутренними рисками. «Kari» считается лучшим, но воспринимается как утилитарный, а не эмоционально значимый выбор. Для сохранения лидерства необходимо активно работать над ценовой политикой и ассортиментом.

Библиографический список

1. INTERNATIONAL SERVICE CHECK, Aston Group. Индустрия моды: клиентский опыт и его влияние на лояльность: исследование / INTERNATIONAL SERVICE CHECK, Aston Group. – 2016. – URL: <https://new-retail.ru/> (дата обращения: 25.04.2026).

2. Что такое NPS и как его использовать? / Skyeng. – Москва, 2025. – URL: <https://skyeng.ru/it-industry/it/cto-takoe-nps-i-kak-ego-ispolzovat/> (дата обращения: 25.04.2026).

*А.В. Ерохина, студ.; рук. И.В Журавлева, к.социол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СТРАТЕГИИ ВЫБОРА ШКОЛЫ В МАЛЫХ ГОРОДАХ

В условиях усиления конкуренции между общеобразовательными учреждениями родители всё чаще выступают в роли осознанных заказчиков образовательных услуг. Школы вынуждены формировать собственную привлекательность в восприятии семей. Однако нередко наблюдается разрыв между тем, что родители декларируют как важное, и тем, что реально влияет на их выбор. Непонимание этого разрыва приводит к неэффективному распределению ресурсов: школа может инвестировать в развитие характеристик, которые не являются для родителей решающими. Данное исследование направлено на выявление таких расхождений и определение доминирующих стратегий выбора на примере одной из школ г. Тейково Ивановской области.

Сбор эмпирических данных был осуществлён в марте-апреле 2026 года методом онлайн-опроса родителей, чьи дети обучаются в исследуемой школе (n=51). В числе исследуемых факторов, в частности, изучались мотивы выбора школы («прямой» вопрос). Кроме того, респондентов просили оценить по 5-бальной «школьной» шкале важность того или иного критерия, оказывающего влияние на выбор школы для своего ребенка.

Результаты представлены в таблице 1. Только для критерия «близкое расположение к дому» расхождение между долей респондентов, считающих его важным (94,1%), и долей, указавших его как реальный мотив

выбора (88,2%), статистически незначимо ($p > 0,05$). Это означает, что родители в равной степени признают близость важной и реально руководствуются ею при выборе школы.

По всем остальным критериям (безопасность, квалификация учителей, ремонт, результаты ЕГЭ, репутация, профильные классы, внеурочная деятельность, отзывы других родителей) расхождения статистически значимы ($p < 0,05$). Наибольшие разрывы наблюдаются по академическим и инфраструктурным характеристикам: результаты ЕГЭ (+70,7%), безопасность (+70,5%), ремонт (+68,7%), профильные классы (+68,7%), репутация (+56,9%), квалификация учителей (+49,0%), внеурочная деятельность (+49,0%). Родители стабильно завышают важность этих факторов, однако, судя по ответам на «прямой» вопрос о мотивах выбора школы, руководствуются ими значительно реже.

Таблица 1 – Важность критерия при выборе школы и мотивы выбора школы (по «прямому» вопросу), %

Критерий / Мотив	Доля респондентов, обозначивших критерий как важный, %	Доля респондентов, выбравших как мотив по «прямому» вопросу, %	Разница, %
Близкое расположение к дому	94,1	88,2	+5,9**
Безопасность в школе	92,1	21,6	+70,5*
Квалификация учителей	88,2	39,2	+49,0*
Оборудование и ремонт	74,6	5,9	+68,7*
Хорошие результаты ЕГЭ/олимпиад	74,6	3,9	+70,7*
Репутация школы	72,6	15,7	+56,9*
Наличие профильных классов	68,7	0,0	+68,7*
Внеурочная деятельность	60,8	11,8	+49,0*
Отзывы других родителей	51,0	15,7	+35,3*

* для $\phi^* p \leq 0,01$

** для $\phi^* p \leq 0,05$

Обобщая полученные результаты, можно выделить две основные стратегии поведения родителей при выборе школы:

«Географическая» стратегия (доминирующая). Характерна для 88% респондентов, выбравших близость расположения как главный мотив. Родители этой группы ценят удобство, экономию времени и сил. Этот тип поведения часто встречается в районах с низкой конкуренцией, где альтернатив практически нет, или когда родители не имеют времени и ресурсов для активного выбора. В данном случае родители ориентированы в первую очередь на удобство и минимизацию временных затрат, воспринимая школу с позиции территориальной доступности.

«Латентно-требовательная» стратегия (требования есть, но они скрыты, не становятся реальным мотивом выбора). Родители этой группы (фактически все, кто ставил высокие оценки важности) демонстрируют высокий уровень ожиданий, но эти ожидания не становятся реальными критериями выбора. Причин может быть две: либо школа не даёт поводов считать себя сильной в этих аспектах, либо родители не верят, что в их городе можно найти школу, полностью отвечающую всем требованиям, и потому голосуют за удобство.

Исследование показало, что выбор школы в г. Тейково определяется прежде всего «географической» стратегией. Родители ценят близость расположения, а академические и инфраструктурные критерии, несмотря на высокую декларируемую важность, не являются реальными причинами выбора. В то же время существует латентный запрос на качество образования, безопасность и современное оснащение, который школа может удовлетворить, если начнёт активно и систематически информировать родителей о своих достижениях. Учёт выявленных стратегий позволит школе выстроить более эффективную маркетинговую и коммуникационную политику и укрепить свои конкурентные позиции.

Библиографический список

1. Гошин М. Е., Мерцалова Т. А., Груздев И. А. Типы родительского участия в учебном процессе детей // Мониторинг. 2019. №2 (150). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipy-roditel'skogo-uchastiya-v-uchebnom-protse-ssede-detey> (дата обращения: 24.04.2026).
2. Авраамова Е.М., Логинов Д. М. Образовательные стратегии формируются в семьях, где есть дети-школьники // Народное образование. 2014. №5 (1438). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnye-strategii-formiruyutsya-v-semyah-gde-est-deti-shkolniki> (дата обращения: 24.04.2026).

*П.С. Запускалова, студ.; рук. И.В. Журавлева, к.социол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

РАЗРАБОТКА АВТОРСКОЙ ПАРФЮМЕРНОЙ МАРКИ: МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ

Согласно данным аналитического агентства Statista, мировой объём нишевой парфюмерии в 2023 году превысил 5 миллиардов долларов США, а среднегодовой темп роста составляет около 14 процентов, что почти вдвое выше, чем в традиционном люксовом сегменте [1]. В России, несмотря на экономические колебания, интерес к авторским ароматам также стремительно растёт, открываются мультибрендовые нишевые бутики, а российские парфюмеры всё чаще заявляют о себе на международ-

ной арене. Однако, по оценкам отраслевых экспертов, более 70 процентов новых парфюмерных марок прекращают существование в течение первых двух лет [2]. Причинами являются не только высокая конкуренция, но и отсутствие системного маркетингового подхода на этапе разработки концепции. Многие предприниматели концентрируются исключительно на «красивой истории» бренда или дизайне флакона, упуская из виду необходимость эмпирического изучения потребительских предпочтений. Особенно критичным это становится для авторского парфюма, где цена флакона объемом 50 миллилитров может варьировать от 3000 до 30000 рублей, а потребители предъявляют высокие требования не только к самому аромату, но и к таким элементам марки, как название, форма флакона, цветовой решение, материал упаковки и даже тактильные ощущения от крышки.

Цель нашего исследования (n=50) состояла в разработке и обосновании оптимальной концепции парфюмерной марки на примере гипотетического бренда «Eclat», включающей выбор названия и ольфакторного профиля.

Мы определили, что предполагаемое название «Eclat» оказалось непригодным для целевой аудитории. При ответе на открытый вопрос о том, какая продукция может продаваться под этой маркой, только треть респондентов назвали парфюмерию, тогда как остальные упоминали косметику, аксессуары, посуду, нижнее бельё, мебель и даже IT-продукты (табл.1).

Таблица 1 – Ассоциативные поля нейма «Eclat»,%

Категория продукции	%
Парфюмерия (духи, туалетная вода)	33,3
Косметика (декоративная, уходовая)	16,7
Аксессуары	13,3
Посуда	10,0
Нижнее бельё	6,7
Мебель	6,7
IT-продукты	6,7
Текстиль	3,3
Мужской деловой костюм	3,3

Ассоциации со словом «Eclat» были связаны преимущественно с блеском и сиянием (13,3 %), роскошью и элитарностью (10%), светом и вспышкой (7,8%), а также Францией и парижским шиком (6,7%). Прямые ассоциации с парфюмерией при этом отсутствовали (рис.1).

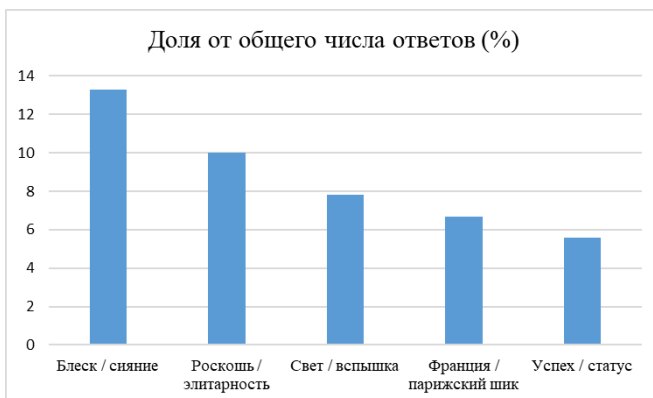


Рисунок 1 – Топ-5 ассоциаций со словом «Eclat»,%

При выборе названия для авторского парфюма из семи предлагаемых для оценивания вариантов абсолютное большинство респондентов (56,7%) выбрали название «Explosion», в то время как «Eclat» набрал лишь 16,7% голосов, заняв второе место с большим отрывом.

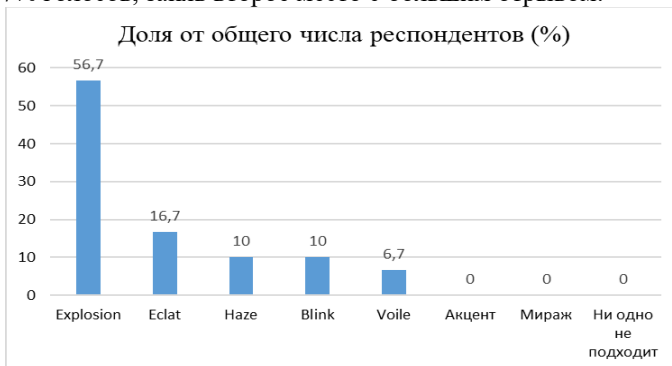


Рисунок 2 – Наилучшее названия для марки авторского парфюма, %

При этом оказалось, что «Explosion» предпочитают 80% респондентов в возрасте 18-25 лет и 61,5% - в возрасте 26-35 лет, тогда как «Eclat» выбирают в основном респонденты 36-40 лет (57,1%). Таким образом? было установлено, что название «Eclat» не соответствует ожиданиям молодой и активной аудитории, составляющей ядро рынка нишевой парфюмерии, а в качестве основного названия можно рекомендовать «Explosion», а

«Eclat» может использоваться как суб-бренд для премиальной или возрастной линейки.

Ароматический профиль изучался с помощью вопросов об эмоциональных ощущениях, оценке 10 групп ароматов по 5-балльной шкале, детальном выборе нот и биполярных характеристиках.

Тремя наиболее ожидаемыми чувствами от аромата оказались энергия и бодрость (21%), свежесть и чистота (17,3%) и уверенность (16%) (табл. 2). Оценка групп ароматов показала, что самые высокие средние баллы получили цитрусовые (4,53), фруктовые (4,07) и восточные сладкие (4,03). Наименее популярными оказались кожаные и табачные ноты (3,03), однако высокое стандартное отклонение (1,50) свидетельствует о поляризации мнений – эта группа имеет как своих адептов (в основном возраст 35+), так и противников (табл. 3).

Таблица 2 – Эмоциональные предпочтения от «идеального» парфюма, %

Чувство	%
Энергия, бодрость	21,0
Свежесть, чистота	17,3
Уверенность	16,0
Загадочность, интрига	14,8
Комфорт, уют	12,4
Соблазнение	9,9
Романтика, нежность	4,9
Спокойствие	3,7
Ностальгия	0,0

Абсолютным лидером среди детальных нот стала ваниль, которую выбрали 14%. Также наиболее часто напоминались бергамот, лимон и лайм, перец, кедр, ягоды, бобы тонка, сандал, апельсин и мандарин.

Таблица 3 – Оценка предпочитаемых ароматов «идеального» парфюма, ср.баллы

Группа ароматов	Среднее	Стандартное отклонение
Цитрусовые	4,53	0,73
Фруктовые	4,07	1,01
Восточные / сладкие	4,03	0,96
Цветочные	3,93	1,21
Морские / акватические	3,90	1,09
Пряные	3,80	1,13
Зелёные	3,67	0,96
Древесные	3,47	1,20
Амбровые / мускусные	3,20	1,24
Кожаные / табачные	3,03	1,50

Биполярные шкалы позволили описать идеальный аромат (табл. 4). По шкале «мажорный – минорный» среднее значение составило 3,73 (скорее минорный, то есть спокойный и глубокий). По шкале «энергичный – успокаивающий» – 4,13 (успокаивающий). По шкале «светлый – тёмный» – 3,53 (скорее тёмный). По шкале «стойкий – не стойкий» – 2,93 (стойкий). По шкале «тихий – громкий» – 3,60 (громкий, заметный для окру-

жающих). По шкале «шлейфовый – неощутимый» – 3,47 (умеренно шлейфовый). По шкале «плотный – лёгкий» – 3,73 (лёгкий по текстуре). По шкале «сезонный – универсальный» – 3,47 (универсальный). По шкале «гендерный – унисекс» – 3,60 (унисекс). Обобщённый портрет идеального аромата: тёмный, успокаивающий, стойкий, громкий, лёгкий, универсальный и унисекс. На первый взгляд сочетание «тёмный» и «лёгкий» кажется противоречивым, но на практике это означает использование глубоких насыщенных нот (ваниль, бобы тонка, кедр) при невысокой плотности и хорошей диффузии.

Таблица 4 – Характеристики идеального аромата, с.баллы

Пара	Среднее	Интерпретация
Мажорный – Минорный	3,73	Скорее минорный (спокойный, глубокий)
Энергичный – Успокаивающий	4,13	Успокаивающий
Светлый – Тёмный	3,53	Скорее тёмный
Стойкий – Не стойкий	2,93	Стойкий
Тихий – Громкий	3,60	Громкий (заметный для окружающих)
Шлейфовый – Неощутимый	3,47	Умеренно шлейфовый
Плотный – Лёгкий	3,73	Лёгкий по текстуре
Сезонный – Универсальный	3,47	Универсальный
Гендерный – Унисекс	3,60	Унисекс

Для выявления внутренней структуры предпочтений был проведён кластерный анализ методом k-средних на основе переменных, включавших оценки 10 групп ароматов и биполярные шкалы. Было выделено три устойчивых кластера. Первый кластер, названный «Свежие цитрусовые», включает респондентов в возрасте 18–25 лет. Они предпочитают цитрусовые (средний балл 4,9), фруктовые (4,5) и морские (4,3) ноты, а их идеальный аромат характеризуется как мажорный, светлый, громкий и лёгкий. Для этого кластера рекомендуется композиция из лимона, лайма, зелёного яблока в верхних нотах, морской соли, озона и мяты в средних, а также белого мускуса и кедр в базе. Второй кластер – «Тёплые гурманы» (возраст 26–35 лет) – любит восточные (4,7), фруктовые (4,4), цветочные (4,3) и пряные (4,2) ноты. Характеристики: минорный, успокаивающий, тёмный, унисекс. Им адресована композиция из бергамота и персика в верхних нотах, ванили, бобов тонка и жасмина в средних, сандала и пачули в базе. Третий кластер – «Тёмные древесные» (возраст 36–40 лет, высокий доход) – выбирает древесные (4,7), пряные (4,5), табачные (4,3) и кожаные (4,1) ноты. Характеристики: очень минорный, очень тёмный, плотный, стойкий, шлейфовый. Для них предложена композиция с грейпфрутом и шафраном в верхних нотах, ветивером, ладаном и кожей в средних, а также удом, ванилью и пачули в базе.

Таким образом, полученные в ходе исследования выводы могут служить основой для реального запуска новой парфюмерной марки на российском рынке.

Библиографический список

1. Statista [сайт] – New York, 2007–2026. URL: <https://www.statista.com/> (дата обращения: 25.04.2026).
2. Нюх на деньги: как устроен рынок нишевой парфюмерии в России. – Текст : электронный // RB.ru : [сайт]. – 2025. – 17 сентября. – URL: <https://rb.ru/reviews/nyuh-na-dengi-kak-ustroen-rynok-nishevoj-parfyumerii-v-rossii/> (дата обращения: 25.04.2026).

С.И. Илюшина, М.А. Рогачев, студ.;
рук. М.В. Бутырина, к.филос.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)

КИНЕСИКА КАК СПОСОБ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Коммуникация является одной из важнейших составляющих функционирования и управления различными социальными институтами, необходимым элементом взаимодействия отдельных индивидов, в ходе которого осуществляется передача и взаимопередача информации, чувств, оценок, значений, смыслов. Вербальная коммуникация предполагает использование языка (речи), а невербальная коммуникация основана на использовании жестов, действий, интонации, смеха, мимики, поз [2]. Австралийский психолог А. Пиз утверждает, что с помощью слов передается 7 процентов информации, звуков – 38, мимики, жестов, позы – 55.

В свою очередь, кинесика – наука, изучающая отражение поведения человека в его невербальных проявлениях, к которым относятся мимика, поза, жестикуляция, интонация, которые в свою очередь могут быть решающими в интерпретации произносимых высказываний человека. Однако, человека нельзя воспринимать фрагментами, анализируя невербальные сигналы, – кинемы, по-отдельности. Любая индивидуальная черта должна быть проанализирована в комплексе с другими. Нельзя делать однозначного вывода о человеке по какому-то одному ярко выраженному, характерному жесту или черте внешности [1].

Самым информативным разделом кинесики является мимика. При её анализе нужно учитывать тот факт, что в различных культурах мимика может проявляться по-разному. Например, различие в движениях артикуляционного аппарата, обусловленное разностью языков и диалектов, на которых говорят представители тех или иных культур. Однако существуют эмоции, которые одинаково выражаются во всех культурах, со-

гласно учениям американского психолога П. Экмана. Это гнев, страх, грусть, отвращение и радость.

Также он предложил методику под названием FAST, согласно которой лицо делят на три горизонтальные зоны, после чего определяют главные универсальные эмоции, выраженные посредством мимики. Такой метод фиксирования эмоций, согласно зонам, позволяет более точно зарегистрировать мимическое движение [4]. Он распространен в медицине и деловом общении.

Не менее важную роль в невербальной коммуникации занимает пантомимика. Под пантомимикой понимают транслирование информации жестами всего тела. Как и в случае с мимикой, смысл тех или иных жестов может варьироваться в разных культурах, и, кроме того, при всей разности культур интенсивность человеческой жестикуляции возрастает с нарастанием эмоционального возбуждения. Однако существует набор универсальных жестов, среди которых:

1. Жесты коммуникации – приветствия, запрета, прощания, вопросов, отрицания, привлечения внимания, и т.д.

2. Оценивающие жесты – одобрительные, неудовлетворительные, отрицающие и вопросительные.

3. Жесты описания, которые релевантны только в контексте определенной беседы.

Релевантными являются модальные, оценивающие жесты, поскольку эмоция — это важный компонент оценки. Одобрительным жестом является, например, легкое прикосновение к плечу или руке партнера. Отворачивание лица в сторону - классический прием выражения недовольства и отрицания [3].

Таким образом, кинесика играет важную роль в коммуникационном процессе, а умение контролировать свою мимику и жесты является неотъемлемой частью эффективной коммуникации. Целесообразно придавать лицу и телу те движения, которые работают на приобретение желаемого имиджа и способствуют благоприятному восприятию собеседником. Тем не менее не стоит забывать о том, что невербальная коммуникация имеет разное значение для разных людей и культур. Следовательно, применение невербальной коммуникации необходимо учитывать в соответствии с культурологической принадлежностью собеседника.

Библиографический список

1. Громова О.О., Воеводина К.Н. Кинесика в русской и англоязычной культуре: улыбка и её социальные функции // Science Time. – 2021. – № 5 (89) – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kinesika-v-russkoy-i-angloyazychnoy-kulture-ulybka-i-eyo-sotsialnye-funktsii> (дата обращения: 16.11.2025).

2. Дорф Т.В., Мироненкова Н.Н. Типы невербальной коммуникации в обучении с позиции

смыслоцентрированного подхода // Научные междисциплинарные исследования. – 2021. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/typy-neverbalnoy-kommunikatsii-v-obuchenii-s-pozitsii-smyslotsentrirovannogo-podhoda> (дата обращения: 16.11.2025).

3. Клигер Е.Ю. Кинезика и невербальная коммуникация: анализ взаимосвязи между выражением эмоций и жестами тела // <https://www.b17.ru/article/521127> (дата обращения 16.11.2025).

4. Facial action coding system // Paul Ekman Group: [официальный сайт]. – URL: <https://www.paulekman.com/facial-action-coding-system> (дата обращения: 15.10.2024).

*А.В. Кафтунова, студ.; рук. А.В. Зедаина, ст.пр.
филиал ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ», г. Смоленске*

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЯХ

Высокий износ фондов и затраты на ремонты делают оптимизацию бизнес-процессов в энергокомпаниях критически важной. Процесс «Управление ремонтным фондом» влияет на надёжность работы оборудования. Предлагается использование интегрального подхода к оценке совместного влияния ЕАМ, предиктивной аналитики и ЭДО на показатели ремонтного цикла. Входами рассматриваемого процесса являются графики ремонтов, данные о состоянии, заявки, запчасти, бюджет; выходами ремонты, акты, паспорта, отчёты; механизмами персонал, оборудование, материалы, а при оптимизации - ЕАМ, аналитика, ЭДО; управлением нормативы, стандарты, бюджет, безопасность [1]. В таблице 1 представлено сравнение показателей до и после внедрения.

Таблица 1 - Эффективность бизнес-процесса до и после внедрения систем оптимизации

Ключевой показатель	Без внедрения систем оптимизации	После внедрения систем оптимизации
Время выполнения заявки, ч	48-72	12-24
Доля аварийных ремонтов, %	35-45	10-15
Время отчётности, дней	10-15	1-2
Стоимость ремонтного фонда (от выручки), %	8-12	5-7

Внедрение оптимизации улучшает показатели: сокращается время заявки, снижается аварийность, ускоряется отчётность [2]. Окупаемость аналитик - 1,5-2,5 года, ЭДО - 1-2 года. Результаты позволяют количественно оценить эффект от внедрения инструментов, служат основой для расчёта экономической эффективности и могут применяться при создании дорожных карт цифровизации. Таким образом можно сделать вывод, что ЕАМ, аналитика и ЭДО являются эффективными инструментами для

энергокомпаний, так как снижаются затраты, повышается надёжность, обеспечивается прозрачность бизнес-процесса управления ремонтным фондом.

Библиографический список

1. Тельнов Ю.Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2018. - 320 с.
2. Информационные технологии в электроэнергетике / Под ред. А.Ф. Дьякова. - М.: Издательство МЭИ, 2021. - 280 с.

*К.Е. Кочетова, студ.; рук. И.В. Журавлева, к.социол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Сегодня всё большее количество потенциальных покупателей при выборе спортивного магазина, помимо цены, ориентируются на такие факторы, как широта представленного ассортимента, качество товаров, чистота и порядок, удобство навигации в торговом зале, а также уровень обслуживания посетителей. Понимание того, насколько магазин удовлетворяет ожидания своих посетителей по каждому из этих критериев, становится ключевым условием удержания лояльности.

В марте-апреле 2026 года мы провели опрос среди покупателей сети «Спортмастер» г. Иваново (n=57). Среди прочих задач исследования было изучение и сравнение удовлетворённости покупателей двух торговых точек этой сети, расположенных в разных торговых центрах города – ТЦ «Серебряный город» и ТЦ «Тополь». Мы попросили покупателей оценить важность того или иного критерия при выборе спортивного магазина, а затем они оценивали удовлетворённость этими же характеристиками работы «своего» магазина (табл. 1).

Согласно методике нами была построена итоговая матрица для каждого магазина в которой все критерии были распределены в четырех квадрантах, образуя четыре зоны. I зона характеризуется высокой степенью важности и низкой степенью удовлетворённости клиента. Эта зона наиболее проблемных критериев, требующих первоочередного решения, поскольку они напрямую снижают общую удовлетворённость клиентов. II зона характеризуется высокой важностью и высокой удовлетворённостью. Наиболее благоприятная ситуация: ключевые конкурентные преимущества организации. III зона – это низкая важность и низкая удовлетворённость. Критерии не значимы для клиентов и не влияют на общую

удовлетворённость. IV зона – это низкая важность и высокая удовлетворённость. Критерии приятны покупателям, но не имеют для них большого значения, оказывая лишь косвенное влияние на общую удовлетворённость. Полученные матрицы представлены на рисунке 1 и 2.

Таблица 1 – Оценка важности критериев и удовлетворённости этими критериям, ср. баллы

	Наименование критерия	Магазины			
		«Спортмастер» в ТЦ «Серебряный город»		«Спортмастер» в ТЦ «Тополь»	
		Важность	Удовлетворённость	Важность	Удовлетворённость
1	Широта представленного ассортимента товаров	4,3	4,4	4,3	3,9
2	Месторасположение магазина	3,3	4,9	3,4	4,7
3	Компетентность продавцов-консультантов	4,1	3,8	3,7	3,9
4	Готовность продавцов-консультантов помочь	4,2	3,7	3,8	4,1
5	Качество обслуживания на кассе	4,0	4,3	4,0	3,8
6	Чистота и порядок в зале	4,3	4,1	4,1	3,7
7	Наличие скидок	3,6	4,1	3,9	4,0
8	Цена товара	3,9	4,3	4,4	4,1
9	Качество товаров	4,7	4,3	4,7	4,3
10	Удобство навигации по магазину	2,8	4,3	3,3	4,3
11	Наличие сервисных услуг	2,6	3,2	2,7	3,7

В проблемную (I) зону магазина «*Спортмастер*» в ТЦ «*Серебряный город*» попали два критерия, оба связаны с работой персонала («компетентность продавцов-консультантов» и «готовность продавцов-консультантов помочь»). Покупатели этого магазина предъявляют высокие требования к сотрудникам, ожидая одновременно и знаний, и отзывчивости, однако реальный опыт взаимодействия оставляет желать лучшего. Это главная болевая точка данного магазина, напрямую снижающая общую удовлетворённость клиентов и требующая первоочередных мер (рис. 1).

В зону сильных сторон вошли четыре критерия: «широта представленного ассортимента товаров», «качество обслуживания на кассе», «цена товара» и «качество товаров». Посетители высоко оценивают и разнообразие выбора, и финальный этап покупки, и соотношение цены и качества. Самый значимый критерий – «качество товаров», что формирует мощный фундамент лояльности (рис. 1).

В III зону для магазина «Спортмастер» в ТЦ «Серебряный город» попал один критерий – «наличие сервисных услуг». Показатели невысокие, но и значимость для клиентов минимальна. На общую удовлетворённость этот фактор практически не влияет (рис. 1).

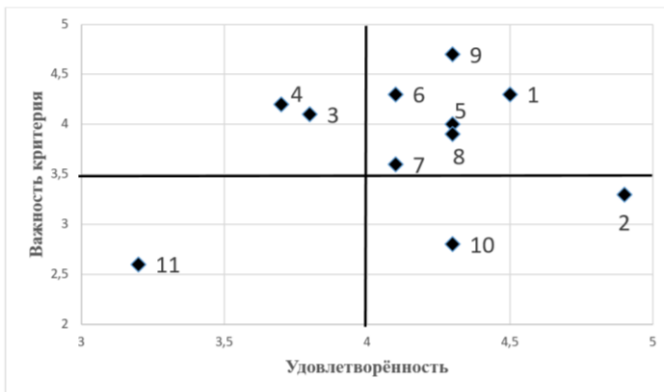


Рис. 1 – Распределение факторов по уровню значимости и удовлетворённости (для «Спортмастера» в ТЦ «Серебряный город»)

В IV зоне расположились два критерия. «Месторасположение магазина» – самая высокая оценка удовлетворённости среди всех параметров, что говорит об удачности локации. «Удобство навигации по магазину» – посетители не считают навигацию критичной, но отмечают, что она организована хорошо. «Наличие скидок» также находится в данной зоне: скидки приятны, но не являются решающим фактором выбора. Эти критерии косвенно поддерживают положительный образ магазина (рис. 1).

В наиболее критичную область (I зону) для магазина «Спортмастер» в ТЦ «Тополь» попали четыре критерия. «Широта представленного ассортимента товаров» – посетители ожидают широкого выбора, но реальное предложение воспринимается как недостаточное. «Компетентность продавцов-консультантов» – клиенты ожидают от сотрудников более уверенного знания товара. «Чистота и порядок в зале» – посетители хотят видеть аккуратное и опрятное торговое пространство, но реальное состояние зала оценивается низко, что заметно портит общее впечатление. «Качество обслуживания на кассе» – финальный этап покупки не дотягивает до ожиданий клиентов. Все четыре критерия формируют зону напряжения, напрямую снижающую общую удовлетворённость и требующую первоочередных корректирующих действий (рис. 2).

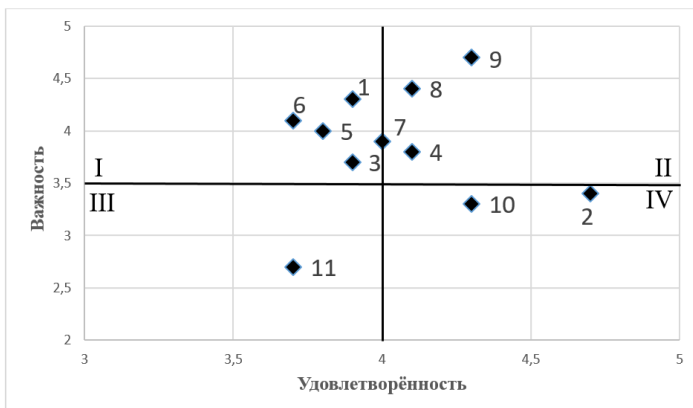


Рис. 2 – Распределение факторов по уровню значимости и удовлетворённости (для «Спортмастера» в ТЦ «Тополь»)

Наиболее благоприятная (II) зона объединяет три сильные стороны магазина. «Готовность продавцов-консультантов помочь» – персонал воспринимается как отзывчивый и внимательный, что создаёт комфортную атмосферу в торговом зале. «Цена товара» – посетители чувствительны к стоимости, но оценивают её как приемлемую. «Качество товаров» является самым значимым критерием для покупателей и одновременно главным драйвером лояльности (рис. 2).

В III зону попал один критерий – «Наличие сервисных услуг». Это говорит, что дополнительный сервис не значим для клиентов, и его текущее состояние не оказывает заметного влияния на общую оценку магазина (рис. 2).

В IV зоне расположились три критерия. «Месторасположение магазина», и «удобство навигации по магазину, выкладка товаров» косвенно поддерживают положительный образ магазина (рис. 2).

Таким образом, оба магазина обладают общим ядром силы – «Качество товаров». Этот критерий формирует базовое доверие к сети. Критерий «цена товара» является благоприятным для обоих магазинов. Покупатели считают данный показатель важным критерием и при этом демонстрируют удовлетворённость ею, что говорит о готовности платить за предлагаемый ассортимент. Оба филиала также выигрывают за счёт удачного месторасположения: удовлетворённость локацией в «Серебряном городе» достигает 4,9, в «Тополе» – 4,7.

Итоговая таблица конкурентных преимуществ и конкурентных промахов обоих магазинов представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Сопоставление конкурентных промахов и преимуществ торговых точек «Спортмастер» в г. Иваново

	«Спортмастер» в ТЦ «Серебряный город»	«Спортмастер» в ТЦ «Тополь»
Конкурентные преимущества	Широта представленного ассортимента товаров, качество обслуживания на кассе, чистота и порядок в зале, качество товара	Качество товара, готовность продавцов-консультантов помочь
Конкурентные промахи	Компетентность продавцов-консультантов, готовность продавцов-консультантов помочь	Широта представленного ассортимента товаров, компетентность продавцов-консультантов, качество обслуживания на кассе, чистота и порядок в зале

Преимущества «Спортмастера» в ТЦ «Серебряный город». Во-первых, удовлетворённость широтой ассортимента здесь заметно выше, что делает его более привлекательным для покупателей, ценящих разнообразие выбора и возможность найти нужную модель. Во-вторых, качество обслуживания на кассе находится в благоприятной зоне. В-третьих, чистота и порядок в зале здесь оцениваются выше и не вызывают серьёзных нареканий. В совокупности эти факторы создают образ магазина, в котором приятно находиться: удобно, просторно, есть из чего выбрать, а финальный этап покупки проходит без раздражения.

Недостатки «Спортмастера» в ТЦ «Серебряный город». Главная и наиболее острая проблема – кадровая. И компетентность, и готовность помочь продавцов-консультантов находятся в критической зоне, причём удовлетворённость готовностью помочь является самой низкой среди всех параметров обоих магазинов. Покупатель заходит в хорошо организованное и чистое пространство, но сталкивается с пассивным и недостаточно знающим персоналом. Впечатление от визита портится на ключевом этапе взаимодействия. Косвенным недостатком можно считать и то, что при столь удачной локации и хорошей организации зала магазин недополучает лояльность из-за слабой работы сотрудников.

Преимущества «Спортмастера» в ТЦ «Тополь». Сильная сторона этого филиала – торговый персонал. Удовлетворённость готовностью помочь здесь заметно выше. Посетители чувствуют, что сотрудники внимательны, отзывчивы и стремятся помочь – это создаёт комфортную, человеческую атмосферу.

Недостатки «Спортмастера» в ТЦ «Тополь». Ключевые проблемы связаны с операционным управлением торговым пространством. Чистота и порядок в зале попали в критическую зону – это означает, что посетители регулярно замечают недостатки в состоянии торгового зала, и это портит общее впечатление. Оценка качества обслуживания на кассе указывает на сбой на завершающем этапе покупки: очереди, медлительность, недостаточная аккуратность. Здесь покупатель получает тёплый приём и помощь в

зале, но может столкнуться с раздражением на кассе и неопрятностью пространства. Дополнительным риском является состояние ассортимента: если удовлетворённость широтой выбора продолжит снижаться, магазин потеряет одно из ключевых преимуществ сети.

Итоговые выводы. Таким образом, оба магазина имеют общий мощный фундамент – высокое качество товаров, которое остаётся главным конкурентным преимуществом сети в целом. Стратегически магазину в «Спортмастер» в ТЦ «Серебряный город» необходимо вкладываться в обучение и мотивацию персонала (тренинги по продукту, развитие навыков активного общения с покупателем, возможно, введение системы поощрения за инициативность), а в ТЦ «Тополь» необходимо наводить порядок в операционных стандартах: чистота зала и бесперебойная работа касс должны стать зоной приоритетного внимания.

Библиографический список

1. Дворяшина М.М., Артемова Е.В. Удовлетворенность онлайн-обучением: теоретические подходы и эмпирические измерения // Управление. Т.10. №6. С.42-53.
2. Власова М.Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях / М.Л. Власова. – М.: Высшая школа экономики, 2006. 710 с.

*Е.О. Кузнецова, студ.; рук. И.В. Журавлева., к.социол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ФАКТОРЫ ВЫБОРА МАЛОЙ ФИТНЕС-СТУДИИ (НА ПРИМЕРЕ СТУДИИ «SCULPT» Г. ИВАНОВО)

В современных условиях развития рынка фитнес-услуг малые студии всё чаще конкурируют с крупными клубами не за счёт площади и разнообразия тренажёров, а за счёт персонализированного подхода, уникального оборудования и атмосферы. Чтобы удерживать клиентов, необходимо понимать, что именно привлекает их на разных этапах взаимодействия, а также какие факторы могут привести к отказу от услуг. В 2026 году нами было проведено исследование среди клиентов малой фитнес-студии «Sculpt» г. Иваново (n=50).

Для анализа мы предварительно распределили всех посетителей студии «Sculpt» в зависимости от стажа посещения по трём группам (табл. 1).

Оказалось, что 60% клиентов занимаются в студии примерно год (мы назвали эту группу «новички»), 27,5% — 2–3 года («постоянные клиенты») и 12,5% — 5 лет и более («долгожители»). Это свидетельствует

о высокой доле новых клиентов и необходимости формирования стратегий по их удержанию.

Таблица 1 - Распределение клиентов по стажу посещения студии «Sculpt», %

Стаж посещения студии	%
Примерно год (новички)	60,0
2 – 3 года (постоянные клиенты)	27,5
5 лет и более (долгожители)	12,5

Результаты исследования показали, что структура факторов выбора студии напрямую связана со стажем посещения (табл. 2). Новичков прежде всего привлекает наличие специализированного оборудования (реформеры, катиллак) (58,3%), а также разнообразие программ (50,0%). Для постоянных клиентов (тех кто ходит 2–3 года) на первое место выходит удобное расположение (63,6%). Долгожители (ходят в студию 5 лет и более) в 100% случаев в качестве преимущества студии отмечают наличие специализированного оборудования. С ростом стажа усиливается значимость человеческого фактора: если среди новичков хорошего тренера в качестве причины выбора назвали только 4,2%, то среди постоянных клиентов — 18,2%, а среди долгожителей — 20,0%.

Таблица 2 - Факторы выбора студии в зависимости от стажа посещения, %

Причина выбора	Примерно год (новички)	2 – 3 года (постоянные клиенты)	5 лет и более (долгожители)
Наличие спец. оборудования	58,3	45,5	100,0
Удобное расположение	37,5	63,6	60,0
Небольшое количество посетителей	25,0	36,4	40,0
В студии занимаются только женщины	20,8	36,4	40,0
Индивидуальный подход	12,5	9,1	40,0
Разнообразие программ	50,0	36,4	20,0
Хорошие отзывы о студии	16,7	0,0	40,0
Удобное расписание	12,5	18,2	20,0
Хороший тренерский состав	4,2	18,2	20,0

Анализ условий потенциального ухода из студии также выявил значимые различия между группами (табл. 3). Новички демонстрируют «широкую чувствительность»: они готовы уйти из-за возможного ухода «своего» инструктора, ставшего неудобным расположением студии, повышения цен и конфликтов с руководством. У них абсолютная лояльность своей студии, можно сказать, отсутствует. Для клиентов со стажем 2–3 года критическим фактором становится уход инструктора и невнимательность персонала. Долгожители (5 лет и более) в 100% случаев заявляют, что не уйдут ни при каких обстоятельствах, однако при этом для них наиболее значимыми являются такие факторы, как конфликты с руководством и уход инструктора. Это означает, что абсолютная приверженность клиента формируется только после 5 лет регуляр-

ных занятий, но даже у этой группы «долгожителей» есть уязвимости, связанные с организационной атмосферой (табл. 3).

Таблица 3 – Потенциальные условия ухода из фитнес - студии в зависимости от стажа посещения, %

Условия ухода	Примерно год (новички)	2 – 3 года (постоянные клиенты)	5 лет и более (долгожители)
Неудобное расположение	39,1	63,6	40,0
Уход «своего» инструктора	43,5	81,8	40,0
Отсутствие необходимого оборудования	13,0	27,3	20,0
Недостаточная чистота зала и инвентаря	17,4	18,2	0,0
Повышение цены на занятия	30,4	9,1	0,0
Перестанут предоставлять скидки	17,4	9,1	0,0
Конфликты с руководством	30,4	36,4	60,0
Снизится квалификация тренерского состава	34,8	18,2	40,0
Невнимательность персонала	8,7	45,5	0,0
Переезд в другой район / город	8,7	0,0	0,0
Не уйдут ни при каких обстоятельствах	0,0	0,0	100,0

Таким образом, портрет клиента студии «Sculpt» — это не единый образ, а эволюционирующий профиль. Новичок приходит за уникальным оборудованием и программами, остаётся благодаря персонализации. На этапе 2–3 лет формируется критическая привязанность к конкретному инструктору. После 5 лет занятий клиент становится абсолютно лояльным, превращая студию в «своё место», где важны сообщество, уют и стабильность, а цены и скидки перестают иметь значение. Следовательно, стратегия удержания должна быть дифференцированной: для новичков — демонстрация уникальности оборудования, для клиентов со средним стажем — удержание ключевых инструкторов и комфорт малых групп, для долгожителей — поддержание бесконфликтной атмосферы и стабильности.

Библиографический список

1. Божук С.Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С.Г. Божук. – М.: Юрайт, 2022. – 304 с.

П.К. Курилова, П.Д. Фадеева П.Д., студ.;
рук. М.В. Бутырина, к.филос.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ВЕРБОВКИ

Вербовка в социальных сетях – это целенаправленные действия, направленные на привлечение человека к участию в противоправной деятельности через интернет-каналы (соцсети, мессенджеры, онлайн-платформы) с использованием психологических приёмов, обмана, подкупа, угроз или убеждения. Вербовщики часто действуют системно, поэтапно, используя цифровые технологии для сбора информации о потенциальной жертве, установления контакта и постепенного вовлечения.

Социальные сети удобны для вербовки. Они охватывают широкий круг аудитории, позволяют выделять группы людей по интересам, возрасту, географии, поведению, что во многом облегчает поиск наиболее уязвимых кандидатов. Разнообразие инструментов вовлечения (видео, мемы, прямые эфиры, чаты и боты) делают процесс коммуникации быстрым, наглядным и эмоционально заряженным. Алгоритмы социальных сетей и платформ показывают пользователю контент, схожий с тем, что он уже потреблял, стараются удерживать его внимание как можно дольше, усиливая уже имеющиеся взгляды и делая человека более восприимчивым к радикальным идеям. Кроме этого, вербовщики могут скрывать свою личность, создавая фейковые аккаунты или используя зашифрованные каналы связи.

В соцсетях используются следующие основные методы вербовки.

1. Создание доверительных отношений. Вербовщик начинает с дружеского общения, выступает в роли идеального слушателя и «спасателя», проявляет интерес к проблемам жертвы, предлагает поддержку и понимание. Тем самым формируется эмоциональная привязанность, снижается критическое мышление человека.

2. Идеологическая обработка, направленная на изменение ценностей человека для вовлечения его в противоправную деятельность. Вербовщик транслирует идеи, оправдывающие радикальные действия или вовлекающие в сомнительные схемы. Для этого могут использоваться такие приемы, как апелляции к справедливости, религии, патриотизму, упрощённые объяснения сложных проблем («во всём виноваты X»), создание образа врага.

3. Манипуляция эмоциями. Контент подбирается так, чтобы вызывать гнев, страх, чувство вины или, напротив, воодушевление и гордость. Ко-

гда человек испытывает сильные эмоции, он становится крайне уязвим, у него снижается логика, анализ и критическое мышление.

4. Постепенное вовлечение. Жертву сначала просят выполнить простые действия, например, поставить лайк, репостнуть пост, поучаствовать в опросе. Когда у нее появляется психологическое стремление к последовательности действий, то задания начинают усложняться – перейти в закрытый чат, передать информацию, совершить поступок. Таким образом запускается цепочка «согласий» на совершение незаконных требований (передать секретные данные, совершить диверсию, перевести деньги).

5. Изоляция от альтернативного мнения. Жертву убеждают ограничить общение с «неправильными» людьми (друзьями, семьёй), удалять страницы в соцсетях, менять номера телефонов, заставляют отчитываться за каждый разговор «не с теми людьми», вовлекают перейти в закрытые группы, где ее будут ценить, понимать и где она узнает «истинную правду».

6. Использование лидеров мнений. Для распространения идей привлекаются блогеры, «авторитеты» и т.п., рекомендациям которых (в формате личного опыта или дружеского совета) жертва будет безоговорочно доверять. В результате отключаются защитные механизмы психики, и жертва становится более управляемой.

7. Игровые и финансовые стимулы. В данном случае эксплуатируется жадность через обещание мгновенного обогащения, или работает вовлечение через азарт и интерес.

Наиболее уязвимыми для вербовки являются такие группы населения:

- подростки и молодёжь с неокрепшей психикой;
- люди в кризисных ситуациях (потеря работы, разрыв отношений, депрессия);
- те, кто испытывает одиночество, отчуждение, поиск идентичности;
- лица с идеалистическими устремлениями, желающие «изменить мир»;
- пользователи, уже проявляющие интерес к радикальным или маргинальным идеям.

Для того, чтобы не стать жертвой вербовщиков, необходимо на индивидуальном уровне соблюдать ряд правил:

- критически относиться к неожиданным предложениям дружбы и «выгодным» схемам заработка;
- проверять источники информации, искать альтернативные точки зрения;
- не делиться личной информацией с незнакомцами;
- ограничивать публичность профиля в соцсетях;

- обсуждать подозрительные контакты с близкими;
- сообщать о подозрительной активности модераторам соцсетей и в правоохранительные органы.

На общественном уровне необходимо:

- проводить просветительские кампании о методах вербовки и цифровой гигиене;
- развивать медиаграмотность в школах и вузах;
- организовывать сотрудничество платформ с правоохранительными органами для выявления и блокировки опасных групп;
- совершенствовать алгоритмы обнаружения деструктивного контента.

Социальные сети становятся главным инструментом вербовки, особенно в молодежной среде. Развитие навыков критического анализа информации, умения распознавать манипулятивные техники, игнорирование провокаций в сети, обеспечение приватности личных данных – важнейшие средства, позволяющие не стать жертвой вербовщиков.

Библиографический список

1. Ананьин О.Ю., Базулина А.А., Жуланов А.В. Вербовка молодёжи в террористические организации посредством социальных сетей: проблемы профилактики // Вестник экономической безопасности. – 2022. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/verbovka-molodezhi-v-terroristicheskie-organizatsii-posredstvom-sotsialnyh-setey-problemy-profilaktiki> (дата обращения: 27.05.2026).
2. Гурина О.Д., Ремеева А.Ф. Психологические механизмы вовлечения молодёжи в экстремистские и террористические организации (на примере социальных сетей) // Психология и право. – 2024. – Том 14. – № 3.
3. Колоколова Е.Э., Киреева К.Ф., Мок Вон Ли. Использование социальных сетей при вербовке террористов в странах СНГ // Постсоветские исследования. – 2023. 2023. – Т. 6. – № 6.

*А.Д. Легкова, студ.; рук. И.В. Журавлева, к.социол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

«ИДЕАЛЬНОЕ» КАФЕ В МАЛОМ ГОРОДЕ: КЛЮЧЕВЫЕ ОЖИДАНИЯ КЛИЕНТОВ

Рынок общественного питания в малых городах России сталкивается с противоречивым вызовом. С одной стороны, потребители всё чаще ориентируются на столичные стандарты сервиса и атмосферы, а с другой – локальные заведения ограничены в ресурсах и вынуждены выбирать, на какие именно атрибуты направить инвестиции. Ошибка в расстановке приоритетов грозит созданием неостребованного предложения. Поэтому

очень важно понять, что именно жители считают самым важным в идеальном кафе – это имеет большое практическое значение.

Сбор эмпирических данных был осуществлён в марте-апреле 2026 года методом очного анкетирования посетителей одного из кафе города Вичуга Ивановской области (n=50). Респондентам предлагалось оценить возможные характеристики идеального кафе. Перечень охватывал интерьер, технологическое оснащение, сервисные опции, атмосферу, детскую и развлекательную инфраструктуру, а также ценовые стимулы.

По результатам исследования все характеристики были сведены нами в четыре группы: обязательные для идеального кафе (в неё вошли факторы, которые выбирали в качестве тех, которые должны быть обязательными, в 90% случаев), желательные, но не обязательные (в качестве обязательных выбирали в 60-70% случаев), «запасные» (набравшие менее 60%) и необязательные (набравшие менее 20%). Подобный подход позволяет выявить ядро ожиданий, на которое должен ориентироваться маркетинг заведения.

В число обязательных ожиданий от идеального кафе вошли доставка еды (97,0 %) и скидки и акции (93,9%). Наличие Wi-Fi (69,7%), кондиционера в зале (69,7%)? возможности предварительного бронирования (69,7%) и заказа еды через приложение или сайт (63,6%) были отнесены к погранично обязательным (желательным) (табл.1). Иными словами, ядро представлений об идеальном заведении у жителей Вичуги образуют не столько антураж и атмосфера, сколько функциональные и ценовые удобства.

Кроме того, желательными, но не строго обязательными были названы наличие парковки (63,6%) и розеток у столиков (60,6%), посетители воспринимают эти опции как существенное дополнение к базовому комфорту (табл.1).

Самая многочисленная группа – «запасные» атрибуты – включила всё, что связано с развлечениями, антуражем и детской инфраструктурой. Даже такие позиции, как наличие в кафе имиджевого современного интерьера (45,5%), меню для детской возрастной группы (45,5%), игрового пространства для детей (48,5%) и дресс-кода для сотрудников (45,5%), не набрали критической массы сторонников. Респонденты также не считают важными для себя характеристиками обязательно наличие в кафе фотозоны (36,4%), а также отдельной зоны для курения (33,3%) (табл. 1). Это не говорит об их ненужности, но ясно показывает: для большинства посетителей они не входят в обязательный набор для идеального кафе. Таким образом, это зона возможной перспективной работы по улучшению кафе и его конкурентоспособности.

Наименее значимыми для жителей так называемого малого города в их представлении об идеальном кафе оказались: наличие открытой кухни с возможностью видеть процесс приготовления блюд (15,2%) и наличие в кафе настольных игр (15,2%) и живой музыки (12,1%) (табл. 1).

Таблица 1 – Характеристики идеального кафе, %

Характеристика	Доля, %	Категория
Доставка еды	97,0	Обязательные
Скидки и акции	93,3	
Наличие Wi-Fi	69,7	
Кондиционер в зале	69,7	Желательные
Возможность бронирования через приложение/сайт	69,7	
Заказ через приложение/сайт	63,6	
Наличие парковки	63,6	
Розетки у столиков	60,6	
Игровая комната для детей	48,5	
Современный интерьер	45,5	«Запасные»
Детское меню	45,5	
Дресс-код для персонала	45,5	
Фотозона	36,4	
Зона для курения	33,3	
Открытая кухня	15,2	
Наличие настольных игр	15,2	
Живая музыка	12,1	Необязательные

Полученные результаты заметно расходятся с привычным представлением о том, что решающую роль в привлечении гостей играют уникальная атмосфера и продуманный интерьер. На примере малого города мы наблюдаем гораздо более прагматичный запрос: на первом месте стоят доставка и скидки. Даже современный интерьер – характеристика, которая, казалось бы, должна быть очевидной, – попала в разряд обязательных менее чем у половины опрошенных. Такая расстановка приоритетов, скорее всего, объясняется особенностями локального рынка: доставка становится основным способом потребления, а само посещение кафе уже не рассматривается как событие, для которого нужен особый антураж.

Анализ показал, что идеальное кафе в восприятии жителей малого города – это прежде всего функциональное, технологичное и экономически выгодное заведение. Эстетика и развлечения отходят на второй план. На практике это означает, что локальному маркетингу стоит в первую очередь вкладываться в логистику доставки, онлайн-сервисы, программу лояльности и климат-контроль, а уже затем – в интерьер и событийное наполнение. Выделив отдельные сегменты (например, семьи с детьми или молодёжь), можно адресно добавлять соответствующие опции, не отвлекая ресурсы на то, что остаётся невостребованным основной аудиторией.

Библиографический список

1. Власова, М.Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях / М.Л. Власова. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006 – 710 с.
2. Тимохович А.Н., Бекренева А.А. Особенности потребительского поведения в сфере быстрого общественного питания на московском рынке // Цифровая социология. 2024. Т. 7. №3. С. 24-32.

*У.С. Луговская, студ.; рук. М.В. Мошкарина, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИИ X5 GROUP

Характеристика компании и масштабы деятельности. X5 Group (ПАО «Корпоративный центр ИКС 5») является крупнейшей продуктовой розничной компанией в России по объему выручки. Компания занимает лидирующие позиции на рынке продовольственной розницы, управляя сетями магазинов разных форматов, что позволяет охватывать широкую аудиторию потребителей с различным уровнем дохода. В структуру X5 Group входят: «Пятёрочка» — магазины у дома, составляющие основу бизнеса (самая многочисленная сеть); «Перекрёсток» — супермаркеты с широким ассортиментом свежих продуктов; «Чижик» — сеть жестких дискаунтеров, ориентированная на низкие цены. Кроме того, компания развивает цифровые сервисы: экспресс-доставку, онлайн-гипермаркет Vprok.ru, сервис доставки 5Post и кулинарную платформу Food.ru.

Роль деятельности и финансовые показатели. Деятельность X5 Group играет ключевую роль в обеспечении продовольственной безопасности страны и развитии розничного рынка. Компания является одним из крупнейших работодателей в России. Финансовые результаты последних лет демонстрируют устойчивый рост, несмотря на макроэкономические вызовы (рис. 1).

Выручка за I квартал 2025 года составила 1 070 млрд руб., что на 20,7% превышает показатель аналогичного периода прошлого года, подтверждая статус лидера рынка.

Высокий уровень управления устойчивым развитием и корпоративной социальной ответственности X5 Group подтверждается авторитетными рейтинговыми агентствами: ESG-рэнкинг НРА (Национальное рейтинговое агентство): в декабре 2025 года X5 стала лидером ESG-рэнкинга среди компаний потребительского сектора, получив самую высокую оценку по трем ключевым блокам (экология, общество, управление). Рейтинг

«Эксперт РА»: агентство подтвердило рейтинг ESG на уровне ESG-AA, что соответствует «очень высокому уровню реализации и планирования практик в области устойчивого развития» со стабильным прогнозом. За последнее время X5 Group получила ряд значимых наград: в феврале 2026 года компания стала победителем премии «Интерфакса» «За активную корпоративную политику в сфере раскрытия информации» за 2025 год, получив «прозрачный кристалл» за приверженность принципам информационной открытости и раскрытие ESG-данных; в октябре 2025 года X5 была признана «Партнером года» на первой церемонии вручения премии Golden Pollock, учрежденной Русской рыбопромышленной компанией; также ранее компания получила бронзу премии Silver Mercury 2025 в номинации «Лучшее построение бренда работодателя» за проект Business Camp X5, направленный на привлечение и развитие молодежи.

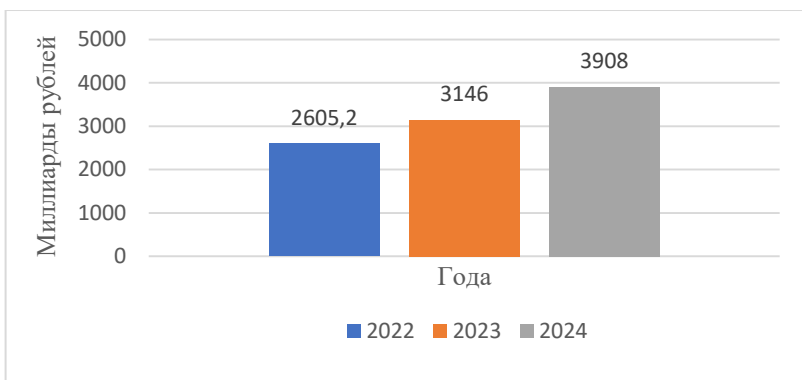


Рис. 1: Динамика выручки: 2022 год: 2 605,2 млрд руб., 2023 год: 3 146,0 млрд руб., 2024 год: 3 908,0 млрд руб.

Основные направления КСО (корпоративной социальной ответственности). Деятельность X5 Group в области КСО систематизирована в рамках Стратегии устойчивого развития до 2030 года и охватывает три ключевые сферы.

Показатель социальной ответственности перед работниками: Компания уделяет особое внимание условиям труда и поддержке сотрудников, которых насчитывается более 417 тысяч человек. Цифровизация HR-процессов и поддержка семей: X5 автоматизировала процессы оформления пособий по беременности и родам. Благодаря интеграции с Социальным фондом РФ, сотрудницы (которых в компании 77%) могут оформлять декретные выплаты дистанционно, не посещая офис. Этим сервисом ежемесячно пользуются более 3 000 женщин, а 45% руководящих должностей занимают женщины. Обучение и развитие: действует корпоратив-

ный университет, где в 2024 году прошли обучение 92% сотрудников, среднее количество часов обучения на человека составило 6,8 часов. Охрана труда и новые подходы к найму: компания внедряет систему «Антисон» для водителей для снижения аварийности (В системе «Антисон» в грузовых автомобилях X5 установлена камера с искусственным интеллектом, которая в реальном времени отслеживает более 60 точек на лице водителя. Нейросеть анализирует частоту моргания, движение зрачков и наклоны головы, и, если фиксирует признаки засыпания (например, закрытые глаза более чем на 2 секунды), система подает громкий звуковой и световой сигнал, чтобы разбудить водителя, одновременно отправляя уведомление диспетчеру. Это позволяет снизить риск ДТП, связанных с усталостью, и повысить безопасность на дорогах. В условиях кадрового дефицита X5 реализует пилотные проекты по привлечению иностранных сотрудников (например, из Индии), предоставляя им полный социальный пакет, общежитие и бессрочные трудовые договоры.

Показатель социальной ответственности перед окружающими сообществами: X5 Group реализует масштабные программы поддержки местных сообществ и благотворительности. Благотворительный фонд «Выручаем»: в марте 2024 года компания учредила корпоративный фонд, объединивший все социальные инициативы. Главная цель до 2030 года — ежегодный прирост количества благополучателей программ продовольственной помощи на 10%. Продовольственная помощь (фудшеринг): компания активно развивает передачу продуктов с истекающим сроком годности (но пригодных к употреблению) нуждающимся. Только за 2023 год объем переданной продукции исчислялся тысячами тонн. Поддержка уязвимых групп: программа скидок для пенсионеров в 2023 году составила 17,3 млрд рублей, что является значительным вкладом в повышение доступности продуктов питания. Также компания реализует проекты «Островки безопасности» для помощи потерявшимся людям.

Показатели экологической ответственности: Экологическая повестка X5 Group оценивается рейтинговыми агентствами как одна из лучших в отрасли. Управление отходами и переработка: в 2024 году 93,8% вторичных ресурсов X5 было направлено на переработку. Для сравнения: Target отчитывается о переработке 85% операционных отходов в 2023 году, Walmart сообщал о цели достичь 90% переработки, но по последним данным находится на уровне около 83,5%. При этом X5 отправляет на переработку до 100% пластика, картона и бумаги, образующихся в магазинах, тогда как Walmart, хотя и предоставляет инфраструктуру для сбора, сам процесс переработки осуществляет через партнеров и не раскрывает столь детализированных данных. Энергоэффективность и климат (выбросы Scope 3): X5 Group демонстрирует снижение удельного показателя

выбросов парниковых газов Score 3 на 2,09% на 1 кв. м торговых площадей. Carrefour, чья траектория 1,5°C (это научно обоснованный план по сокращению выбросов парниковых газов, который соответствует Парижскому климатическому соглашению 2015 года) подтверждена SBTi, поставил амбициозные цели по Score 3: -32% к 2030 году и -49% к 2035 году от уровня 2019 года. При этом Carrefour уже сократил выбросы Score 1 и 2 на 57% с 2019 года. Сравнение по метановым выбросам: X5 Group передала фермерам для переработки более 122 тысяч тонн нереализованной пищевой продукции в 2024 году, что способствует сокращению метановых выбросов от разложения продуктов на полигонах. Ahold Delhaize USA в 2025 году запустил совместный с Danone и The Nature Conservancy пилотный проект по сокращению выбросов метана в молочном животноводстве, включающий внедрение практик разделения навоза и компостирования. Инвестиции в экологию: затраты X5 на охрану окружающей среды за 2022–2024 гг. составили 0,5% от выручки (в 2024 году — 11,5 млрд руб.). Для сравнения: Carrefour активно инвестирует в возобновляемую энергию, подписав 16 PPA-контрактов на более 1000 ГВт·ч, что покрывает 25% общего потребления электроэнергии группы. Target в 2023 году направил более \$333 млн через свой фонд на поддержку сообществ, включая экологические инициативы.

Вывод: X5 Group демонстрирует зрелый и системный подход к корпоративной социальной ответственности, подтвержденный лидерством в ESG-рейтингах, отраслевыми наградами и измеримыми результатами: от переработки 94% отходов и внедрения ИИ-систем безопасности до масштабной продовольственной помощи и цифровой поддержки сотен тысяч сотрудников. Компания доказывает, что устойчивое развитие и бизнес-эффективность не противоречат друг другу, а ее практики могут служить ориентиром для всего российского ритейла.

Библиографический список

1. X5 Group. Отчет об устойчивом развитии X5 Group за 2024 год [Электронный ресурс]. – М., 2025. – Режим доступа: <https://esg.x5.ru/ru/news/240325-report/> (дата обращения: 21.04.2026).
2. X5 Group. Официальный сайт: раздел «Программы. Сокращение объемов пищевых отходов» [Электронный ресурс]. – М., 2025. – Режим доступа: <https://esg.x5.ru/ru/programs/food-waste-reduction/> (дата обращения: 21.04.2026).
3. X5 Group. X5 стала лидером ESG-рэнкинга Национального рейтингового агентства [Электронный ресурс]. – М., 2025. – Режим доступа: <https://www.x5.ru/ru/news/x5-stala-liderom-esg-renkinga-nacjonalnogo-rejtingovogo-agentstva/> (дата обращения: 21.04.2026).

С.А. Мкртычян, У.С. Луговская, К.А. Широкова, студ.;
рук. М.В. Мошкарина, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)

ОСОБЕННОСТИ КСО ВОСТОЧНЫХ СТРАН НА ПРИМЕРЕ ЯПОНИИ, ИНДИИ И КИТАЯ

Корпоративная социальная ответственность (КСО) в Азии формировалась не как копирование западных образцов, а как глубоко укоренённый в культуре и истории феномен. В Китае, Японии и Индии, несмотря на все различия, можно увидеть удивительно похожие черты. Во-первых, везде КСО опирается на древние философские традиции: в Китае и Японии это конфуцианство с его уважением к старшим, чувством долга и приоритетом коллектива над личным; в Индии — индуизм с понятиями дхармы (морального долга) и кармы (причинно-следственной связи), где служение обществу воспринимается как естественная часть жизни. Во-вторых, во всех трёх странах государство играет ключевую роль — где-то через прямое регулирование, где-то через обязательные законы, а где-то через создание условий и налоговые стимулы. В-третьих, все три страны прошли сходный путь эволюции: от добровольной филантропии и благотворительности к системной, измеримой, а в Китае и Индии — во многом обязательной КСО. В-четвёртых, мощными ускорителями развития социальной ответственности становились кризисы и катастрофы: землетрясение в Китае, экологические отравления в Японии, пандемия в Индии. Наконец, сегодня все три страны активно переходят к стандартам ESG (экология, социальная политика, управление) и нефинансовой отчётности, а их крупнейшие компании сами обучают ответственному ведению бизнеса другие развивающиеся государства.

Теперь посмотрим, как этот общий путь выглядел в каждой из трёх стран, и чем их модели различаются.

В Китае истоки КСО лежат в патриотизме первых промышленников. Больше ста лет назад, когда страна была слабой и бедной, владельцы заводов строили не только предприятия, но и школы, больницы, дороги и мосты — не столько ради денег, сколько ради того, чтобы Китай стал сильнее [5]. Затем, в 1980–1990-е годы, когда Китай открылся миру, на его фабрики пришли западные бренды. В Европе и Америке забеспокоились об условиях труда, и иностранцы начали проверять китайские производства: есть ли огнетушители, платят ли зарплату вовремя, не заставляют ли работать детей. Китайским фабрикам пришлось подстраиваться, а правительство — принимать первые законы о труде. Это был толчок извне [5]. Перелом наступил в середине 2000-х: государство вписало в

закон о компаниях обязанность бизнеса думать об обществе, а биржи потребовали от компаний отчитываться о социальной помощи. А в 2008 году сильное землетрясение в провинции Сычуань разрушило города. Бизнес откликнулся мгновенно — компании собрали почти полтора миллиарда долларов на жильё, лекарства и восстановление. С этого момента молчать в беде стало стыдно и опасно для репутации [5]. Сегодня в Китае простая благотворительность уже не работает. Биржи требуют строгой отчётности по ESG, государство поставило цель к 2060 году стать «зелёным» и отказаться от угля, а компании вынуждены перестраивать заводы. Когда китайские фирмы выходят на рынки Африки или Европы, им приходится договариваться с местными жителями, строить школы и беречь природу. Недавно правительство даже создало специальный отдел, который следит за крупным бизнесом [6]. КСО в Китае сегодня — это не мода и не доброта, а условие выживания на рынке и часть большого государственного плана.

В Японии путь был другим, но не менее показательным. Здесь КСО немислима без конфуцианства, которое пришло из Китая и закрепило идею долга, благодарности и семейных отношений в компании: руководитель заботится о подчинённых как о детях, а работники преданно трудятся [2]. В конце XIX века, в эпоху Мэйдзи, владельцы фабрик строили для рабочих общежития, больницы и школы. В первой половине XX века появились огромные семейные концерны — дзайбацу (Mitsui, Mitsubishi), где сложился патернализм: компания давала работу на всю жизнь, платила больше за выслугу лет, помогала с жильём, а взамен требовала полной преданности [2]. После Второй мировой войны старые дзайбацу разрушили, но на их месте возникли кэйрэцу — группы компаний вокруг крупного банка. Система пожизненного найма сохранилась и помогла «японскому чуду» — быстрому восстановлению экономики [2]. Однако в 1960–70-х годах быстрый рост промышленности обернулся экологической катастрофой. Люди массово травились ртутью — болезнь Минамата потрясла страну. Общество возмутилось, и государство заставило бизнес соблюдать жёсткие экологические нормы. Япония стала одной из первых стран в мире, которая начала внедрять экологические стандарты на производстве [2]. Сегодня японская КСО — это смесь старых традиций и новых технологий. Компании выпускают нефинансовые отчёты, а государство играет «ненавязчивую» роль: не принуждает, а создаёт условия, давая огромные налоговые скидки тем, кто переходит на экологичные технологии. Главное отличие японской модели от западной, по мнению самих исследователей, в том, что на Западе КСО часто работает на репутацию и прибыль, тогда как в Японии это исторически сложившийся долг перед обществом и коллективом [2].

Индия даёт третий, совершенно уникальный пример. Фундамент индийской деловой этики — древние концепции индуизма: дхарма как моральный долг, карма как причинно-следственная связь, холизм. Бизнес здесь всегда воспринимался не как способ быстрого обогащения, а как дело жизни, передаваемое из поколения в поколение. Даже сегодня знаменитые Dabbawala в Мумбаи рассматривают доставку обедов не как бизнес, а как служение [3]. В XIX веке крупные бизнес-дома — Тата, Бирла, Баджадж — не только строили промышленные гиганты, но и открывали школы, больницы, занимались общественными работами. Это была добровольная филантропия, движимая религиозными и националистическими чувствами. После обретения независимости в 1947 году Индия взяла курс на социалистическую модель, и частный бизнес оказался под строгим контролем государства. Но настоящий переворот случился в 1990-е годы с либерализацией экономики: пришли транснациональные корпорации, и КСО из благотворительности превратилась в стратегический инструмент [3]. А в 2013 году Индия сделала то, чего не делала ни одна страна в мире, — приняла Закон о компаниях, сделавший КСО обязательной. Раздел 135 этого закона гласит: если компания имеет чистый капитал от 5 миллиардов рупий, или годовой оборот от 10 миллиардов, или чистую прибыль от 50 миллионов, она обязана тратить на КСО не менее 2% своей средней чистой прибыли за три предыдущих года. Компании должны создать комитет по КСО, а средства разрешено направлять только на строго определённые цели: искоренение голода и бедности, образование, здравоохранение, гендерное равенство, экологию, защиту культурного наследия, развитие сельских районов, помощь при стихийных бедствиях [4]. Результат превзошёл ожидания: расходы на КСО выросли с 9 400 крор рупий в 2014–15 году до более чем 23 000 крор в 2021–22 году. Пандемия COVID-19 стала новым катализатором — правительство официально разрешило считать борьбу с коронавирусом легитимной деятельностью по КСО, и деньги потекли в здравоохранение. Сегодня в Индии набирает силу тренд на совместные проекты: корпорации объединяются со стартапами и государством, чтобы объединять ресурсы и добиваться большего эффекта [3].

Итак, что же общего у этих трёх стран, помимо уже названных черт? Во всех трёх случаях КСО не была навязана извне как модный западный стандарт — она выросла из внутренних потребностей и традиций. Во всех трёх странах бизнес рано или поздно понял, что социальная ответственность не противоречит прибыли, а наоборот — укрепляет репутацию, помогает выживать на рынке и строить долгосрочные отношения с государством и обществом. И во всех трёх странах сегодняшний день

КСО — это не прошлое и не застывшая форма, а живой, развивающийся процесс, где традиции встречаются с инновациями.

Но различия не менее важны. Главный двигатель КСО в Китае — это государство и (на раннем этапе) иностранные проверки; в Японии — культурные традиции и экологические катастрофы; в Индии — закон, сделавший КСО обязательной. Характер КСО тоже разный: в Китае это путь от патриотизма к обязательным стандартам; в Японии — долг перед коллективом, патернализм и пожизненный найм; в Индии — переход от добровольной филантропии к юридическому мандату с конкретным процентом от прибыли. Роль государства варьируется от прямого регулирования (Китай) через жёсткий закон с санкциями (Индия) до мягкого стимулирования через налоги и условия (Япония). И наконец, уникальные черты: у Китая — привязка к национальной цели углеродной нейтральности к 2060 году; у Японии — система пожизненного найма как форма внутренней КСО; у Индии — обязательные 2% от чистой прибыли.

Таким образом, Китай прошёл путь от простых пожертвований до сложной системы, где забота о людях и природе вшита прямо в правила работы бизнеса, и сегодня китайские компании сами учат этому другие развивающиеся страны. Япония показала, что социальная ответственность не может быть просто модным словом — она должна опираться на культуру и традиции, и тогда она работает даже без жёсткого принуждения. Индия стала мировым пионером обязательной КСО, доказав, что закон может быть мощным катализатором социальных изменений, а бизнес — ключевым партнёром государства в борьбе с бедностью, неграмотностью и болезнями. У каждой из этих трёх моделей есть свои сильные стороны, и каждая заслуживает внимательного изучения. Но главный урок, пожалуй, в том, что не существует единой «правильной» модели КСО, навязанной из одного центра. Успех приходит тогда, когда ответственность бизнеса вырастает из собственной истории, культуры и реальных проблем своей страны.

Библиографический список

1. Силова, Е.С. Азиатский опыт реализации социальной корпоративной ответственности / Е.С. Силова. — Челябинск: Вестник ЧелГУ, 2022. — 7 с.
2. Такэхара, М., Хасэгава, Н. Устойчивое управление японских предпринимателей довоенного периода с точки зрения ЦУР и ESG / М. Такэхара, Н. Хасэгава. — Сингапур: Springer Singapore, 2020. — 249 с.
3. Колонтаевская, И.Ф. Организационно-правовые формы коммерческих корпораций в Республике Индия / И.Ф. Колонтаевская. — М.: Вестник МУ им. Витте, 2025. — 6 с.
4. Правительство Индии. Уведомление о Разделе 135 Закона о компаниях 2013 года / Правительство Индии. — Нью-Дели: PIB, 2014. — 12 с.

5. Ян, Л., Калашникова, И.В. Корпоративная социальная ответственность в Китае: предпосылки, начало пути / Л. Ян, И.В. Калашникова. – Хабаровск: Вестник ТОГУ, 2024. – 10 с.

6. Министерство финансов КНР. Стандарты раскрытия информации об устойчивом развитии корпораций / Министерство финансов КНР. – Пекин: Gov.cn, 2025. – 35 с.

*К.С. Прозорова, студ.; рук. И.В. Журавлева, к.социол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ГОРОДА ИВАНОВО: ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Для рынка гостиничных услуг города Иваново понимание структуры факторов выбора становится критическим условием выживания в конкурентной среде. Цель исследования, проведенного нами в 2026 г., стало изучение ключевых факторов выбора клиентами гостиницы в г. Иваново.

Эмпирическую базу исследования составили данные анкетирования, проведенного среди гостей отеля «Алхимист» (n=50).

В ходе исследования респондентам предлагалось оценить важность 15 характеристик отеля по шкале от 1 (совсем неважно) до 5 (очень важно). Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 — Рейтинги важности факторов выбора отеля, ср.баллы и ранги

Характеристика отеля	Ср. балл важно- сти	Ранг
Чистота и свежесть номеров	4,86	1
Качество и комфорт мебели, кровати, матраса	4,80	2
Приветливость и готовность персонала помочь	4,68	3
Качество санузла, душа, наличие косметики	4,66	4
Тишина и звукоизоляция в номере	4,48	5
Оснащенность номера (TV, Wi-Fi, кондиционер, сейф)	4,44	6
Удобное месторасположение, транспортная доступность	4,42	7
Безопасность и охраняемая территория	4,34	8
Положительные отзывы в интернете	4,34	9
Приемлемость цены	4,18	10
Наличие и качество завтрака	4,08	11
Современный и стильный интерьер, дизайн	4,02	12
Опыт (уже останавливался в этом отеле)	3,66	13
Рекомендации знакомых	3,62	14
Наличие дополнительных услуг (парковка, ресторан, спа, химчистка)	3,50	15

Для гостей «базовые» факторы качества («чистота», «мебель», «персонал», «санузел», «тишина») имеют наиболее высокую важность, в то время как «цена» занимает лишь 10 место, а «дополнительные услуги» —

последнее. Следовательно, отелям г. Иваново целесообразно инвестировать прежде всего в поддержание чистоты, комфорт мебели и профессиональную подготовку персонала, а не в развитие дополнительных сервисов или дизайн интерьеров (табл.1).

Согласно результатам опроса, в г. Иваново три конкурирующих отеля — «Алхимист», «Русский Манчестер» и «Шереметев Парк-Отель». Сопоставление важности (В) каждого фактора и удовлетворённости (У) им применительно к трём отелям, названными лучшими, представлено в таблице 2.

«Алхимист» имеет наиболее высокие оценки удовлетворённости по большинству факторов, особенно по оценкам персонала (4,9), санузла (4,9), мебели (4,9), качества завтрака (4,8) и чистоты (4,8). «Русский Манчестер» демонстрирует высокие оценки по базовым факторам («чистота», «персонал», «санузел», «мебель» — 5,0), но низкие — по оценкам «безопасности», «отзывы» (3,5). «Шереметев Парк-Отель» имеет высокие оценки по факторам «чистота» (5,0) и «мебель» (5,0), но низкие — по фактору «цена» (3,5).

Таблица 2 — Оценка важности и удовлетворённости факторов для трёх конкурирующих Ивановских отелей, ср. баллы

Критерий	Алхимист		Русский Манчестер		Шереметев Парк-Отель	
	В	У	В	У	В	У
1. Удобное месторасположение	4,4	4,6	4,5	4,5	4,5	4,5
2. Приветливость/готовность персонала помочь	4,7	4,9	4,5	5,0	4,5	4,5
3. Чистота и свежесть номеров	4,8	4,8	5,0	5,0	5,0	5,0
4. Качество и комфорт мебели, кровати, матраса	4,9	4,9	5,0	5,0	4,5	5,0
5. Современный и стильный интерьер, дизайн	4,0	4,7	4,0	5,0	3,5	4,5
6. Оснащенность номера (TV, Wi-Fi, кондиционер, сейф)	4,5	4,8	5,0	4,5	3,5	4,0
7. Качество санузла, душа, наличие косметики	4,7	4,9	5,0	5,0	4,5	4,5
8. Приемлемость цены	4,2	4,2	4,0	4,0	5,0	3,5
9. Наличие и качество завтрака	4,1	4,8	3,5	5,0	3,5	3,5
10. Наличие дополнительных услуг (парковка, ресторан, спа, химчистка)	3,5	4,5	3,0	4,0	3,0	3,5
11. Тишина и звукоизоляция в номере	4,5	4,7	3,5	3,5	4,5	3,5
12. Безопасность и охраняемая территория	4,3	4,8	5,0	3,5	4,5	4,0
13. Рекомендации знакомых	3,7	4,6	2,5	3,5	3,5	4,5
14. Положительные отзывы в интернете	4,3	4,6	4,0	3,5	5,0	4,0

На основе полученных данных для каждого отеля были построены матрицы восприятия (рис. 1-3), в которых все факторы распределены по четырём зонам: I (конкурентные промахи), II (преимущества), III (зона перспектив), IV (зона «запаса» для будущего).

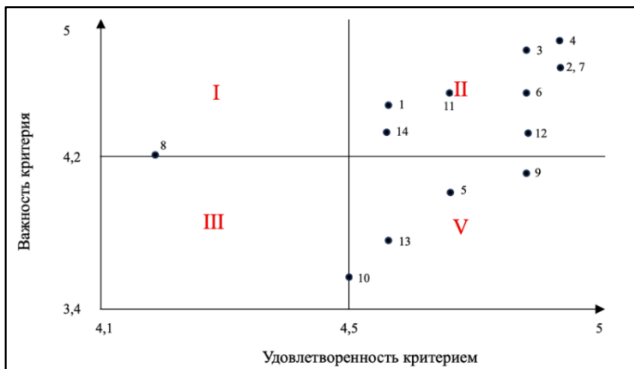


Рисунок 1 — Матрица «важность/удовлетворённость» для отеля «Алхимист»



Рисунок 2 — Матрица «важность/удовлетворённость» для отеля «Русский Манчестер»



Рисунок 3 — Матрица «важность/удовлетворённость» для отеля «Шереметев Парк-Отель»

«Алхимист» является абсолютным лидером по количеству конкурентных преимуществ (9 факторов). «Русский Манчестер» имеет критическую проблему с «безопасностью» (разрыв между важностью и удовлетворённостью составляет 1,5 балла). «Шереметев Парк-Отель» имеет две проблемы: «цена» (разрыв 1,5 балла) и «отзывы» (разрыв 1,0 балла).

Факторы возможного отказа гостей от услуг отеля «Алхимист» в пользу конкурентов, представлен в таблице 3.

Таблица 3 — Критерии «переключения» на другие отели, %

Критерий	%
Заметное снижение качества обслуживания	64,0
Ухудшение состояния номеров (ремонта, мебели)	64,0
Негативный опыт при последнем проживании	62,0
Значительное повышение цен	50,0
Появление более привлекательного нового отеля	42,0
Изменение контингента постояльцев	6,0
Иной ответ	4,0

Наиболее значимыми барьерами «переключения» являются «снижение качества обслуживания» и «ухудшение состояния номеров» (по 64%), а также «негативный опыт» (62%). «Повышение цен» (50%) уступает первым трём факторам, что подтверждает приоритет качества над ценой.

Таким образом, для всех отелей г. Иваново приоритетными направлениями повышения лояльности клиентов являются поддержание чистоты и свежести номеров, обеспечение комфорта кроватей и профессиональная подготовка персонала. Ценовая политика, хотя и остаётся значимым фактором, не является определяющей — гости готовы платить за качество. «Алхимику» рекомендуется не повышать цены без добавления ценности и стимулировать положительные отзывы; «Русскому Манчестеру» — срочно улучшать безопасность; «Шереметеву Парк-Отелю» — пересмотреть ценовую политику и работать над репутацией.

Библиографический список

1. Власова М.Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях. М.: Высшая школа экономики, 2006. 710 с.
2. Дворяшина М.М., Артемова Е.В. Удовлетворенность онлайн-обучением: теоретические подходы и эмпирические измерения // Управленец. Т.10. №6. С.42-53.

*Смирнова Е.П., Шевелева А.А.,
Маркелова В.А., Алякритский И.Д., студ.;
рук. М.В. Мошкарина, к.э.н., доцент
(ИГЭУ, г. Иваново)*

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СТРАНАХ ЕВРОПЫ

Европа по праву считается основательницей корпоративной социальной ответственности (КСО) бизнеса, т.к. именно здесь впервые бизнес стал задумываться об обществе и вносить существенный вклад в улучшение жизни трудящихся и их семей. Очевидно, что все европейские страны имеют особенности в развитии направлений корпоративной социальной ответственности. Рассмотрим развитие с тановление принципов КСО на примере таких стран как Германия, Франция, Италия и Швейцария.

Корпоративная социальная ответственность в Германии

Зарождение КСО в Германии относится ещё к 1521 году — в этот момент началось строительство старейшего социального жилья в Аугсбурге.

Фуггерай — один из первых в мире проектов социального жилья, который существует в Аугсбурге. Основатель: Якоб Фуггер, представитель одной из самых влиятельных и богатых семей Европы, он основал жилой комплекс для нуждающихся католиков Аугсбурга. Он предоставил землю, финансировал строительство домов и установил правила проживания. Это было жильё для бедных, комплекс предназначался для тех, кто оказался в трудном финансовом положении, но был способен работать и вести достойный образ жизни. Жители платили символическую плату, которая позволяла им сохранить достоинство и не чувствовать себя иждивенцами. Жители Фуггерая должны были регулярно молиться за основателей и принимать участие в жизни общины. В этом жилье можно было жить пожизненно, если соблюдались правила. При улучшении финансового положения жильцы должны были освободить квартиру.

Социально ответственный бизнес в Германии имеет свою историю и традиции. Начиная с XIX века в традициях христианских ценностей бизнес считал себя обязанным своим работникам начислять гарантированную заработную плату и пенсию. Дальнейшее развитие КСО трансформировалось в идею «корпоративного гражданства».

Корпоративное гражданство – это ответственное поведение компаний за все, что происходит вокруг и консолидированную ответственность всех заинтересованных сторон: государства, бизнеса и общества.

Можно выделить четыре основных этапа, которые привели Германию к принятию одного из самых строгих законов в сфере корпоративной социальной ответственности бизнеса в Европе.

Этап 1. Зарождение: Социальное государство и истоки (конец XIX в. – 1945 г.).

1883 г – Введение обязательного медицинского страхования для рабочих.

1889 г – Появление первой пенсионной системы.

Начало XX в – Формирование экологического сознания

Позже, в 1918 и 1927 годах, были законодательно признаны профсоюзы и введены пособия по безработице.

Этап 2. Институционализация: Послевоенное восстановление и «социальное рыночное хозяйство» (1945 – 1990-е гг.)

1974 г – Вводится жесткое природоохранное законодательство — одна из первых стран в мире.

1980-е – Распространение практики социально ответственного инвестирования и начало дискуссий об устойчивом развитии.

Здесь КСО понималась не как благотворительность, а как следование строгим стандартам в отношениях с работниками и окружающей средой.

Этап 3. Европейская интеграция и добровольность (2000-е – 2015 гг.)

На этом этапе Германия активно интегрирует стратегии КСО Евросоюза. В 2001 году выходит "Зеленая книга" ЕС, формирующая европейские рамки КСО. Германия запускает собственные национальные инициативы:

2009 г – Создание Национального форума по КСО при Министерстве труда и социальных дел (BMAS) с участием 44 экспертов.

2010 г – Принятие первого общенационального плана действий "CSR in Germany". Он был направлен на популяризацию идеи среди малого и среднего бизнеса и повышение экологической грамотности потребителей.

2011 г – Адаптация Руководящих принципов ООН по бизнесу и правам человека.

Этап 4. От добровольности к обязательности: Законодательный уровень (с 2016 г. – наст. время).

Переломный момент наступил в середине 2010-х годов. Добровольные меры показали недостаточную эффективность, и государство начало переход к жесткому регулированию.

2016 г – Принятие Национального плана действий (НПД) по бизнесу и правам человека. Впервые была четко прописана ответственность немецких компаний за соблюдение прав человека по всему миру.

2018–2021 – Запуск отраслевых диалогов для внедрения принципов НПД в конкретных секторах экономики.

2021 г. (вступление в силу) – Принятие закона "Об обязательной должной осмотрительности в цепях поставок". С 2023 года он обязывает крупные компании проверять своих поставщиков на предмет соблюдения прав человека и экологических стандартов.

Современное состояние корпоративной социальной ответственности в немецких компаниях отражает стремление предприятий к более широкому пониманию своей роли в обществе и окружающей среде. Немецкие компании придерживаются ценностей устойчивости, инноваций и социальной ответственности как неотъемлемой части своей бизнес-стратегии.

Приведем примеры КСО немецких компаний.

Компания Siemens AG является одним из мировых лидеров в области технологий и инжиниринга. Siemens активно внедряет инновационные экологические практики, направленные на снижение выбросов углекислого газа, эффективное использование ресурсов и продвижение возобновляемой энергии. Компания также активно участвует в социальных программах, например, финансирует образовательные исследования и поддерживает проекты в области здравоохранения.

Другой успешной немецкой компанией является Bayer AG, один из крупнейших химических и фармацевтических концернов в мире. Bayer активно участвует в экологических инициативах, таких как снижение использования пестицидов и поддержка устойчивого сельского хозяйства. Компания также вкладывает средства в социальные проекты, например, в борьбу с инфекционными заболеваниями и поддержку образования.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность бизнеса в Германии характеризуется серьезной нормативной базой и широким спектром направлений деятельности компаний по улучшению жизни сотрудников, общества и экологии.

История и эволюция корпоративной социальной ответственности бизнеса в Италии

История корпоративной социальной ответственности в Италии имеет глубокие корни, уходящие в первую половину XX века, и характеризуется уникальным сочетанием промышленного развития и социального экспериментирования.

Ключевой фигурой в зарождении итальянской КСО стал Адриано Оливетти, руководитель компании по производству пишущих машинок «Оливетти». В послевоенный период, на фоне стремительного экономического роста Северной Италии (так называемого «экономического чуда»), Оливетти инициировал уникальный социальный эксперимент, целью которого было гармоничное соединение гуманизации производства с промышленным развитием.

Основные элементы этой модели включали:

- Инвестиции в благосостояние работников: Адриано Оливетти пригласил архитектора Ле Корбюзье для проектирования жилых домов для рабочих и создания фабричных комплексов, интегрированных в зеленую среду. К 1958 году уровень жизни рабочих «Оливетти» был на 80% выше, чем у их коллег на других предприятиях отрасли.

- Корпоративная культура и эстетика: компания внедрила строгие корпоративные стандарты, требующие изящного оформления всей деловой корреспонденции и высокого литературного вкуса. Продукция «Оливетти» стала эталоном дизайна, а сама компания рассматривалась как образец фирменного стиля (Corporate Identity).

- Философия «добрых фабрик»: Адриано Оливетти проповедовал идеи «человеческого измерения» в производстве и технологиях на службе общества, заложив основы для понимания бизнеса как социально ответственного института задолго до того, как термин КСО вошел в широкий оборот.

Этот период заложил фундамент итальянской модели КСО, основанной на тесной связи между экономическим успехом и социальной заботой о работнике.

От патерналистской модели отдельной компании КСО в Италии эволюционировала в более системное явление. Современная повестка КСО интегрирована в стратегии крупного бизнеса и регулируется на национальном и европейском уровнях. Однако уникальность итальянского подхода сохраняется благодаря доминированию малых и средних предприятий, где социальная ответственность часто реализуется неформально, через личные отношения между владельцами и работниками.

Для понимания современной повестки КСО в Италии критически важно учитывать демографическую ситуацию. Италия переживает глубокую трансформацию общества, характеризующуюся значительным старением населения.

Ключевые демографические показатели:

- Прогноз старения: по данным Национального института статистики, доля населения старше 65 лет увеличится с 24,3% в 2024 году до

34,6% к 2050 году. Одновременно доля трудоспособного населения (15-64 года) сократится с 63,5% до 54,3% .

- Рост среднего возраста работников: средний возраст итальянских работников вырос с 42 лет в 2019 году до 44,2 лет в 2024 году. При этом 80% прироста занятости в 2024 году пришлось на людей старше 50 лет.

- Утечка мозгов: в 2024 году страну покинули около 156 тысяч человек, примерно половина из которых – молодежь с высшим образованием.

- Низкая молодежная занятость: Италия занимает последнее место среди крупных европейских стран по уровню занятости молодежи 15-29 лет (34,7% против среднего по ЕС 49,7%) .

Именно здесь раскрывается ключевая взаимосвязь между историей КСО и демографическим сдвигом. Старение населения стало катализатором для развития нового направления внутри КСО – управления возрастом (Age Management).

Демографические изменения вынудили итальянские компании адаптировать свои стратегии управления персоналом.

В 2014-2019 годах в Италии и Испании был протестирован и внедрен инновационный подход – модель «Качество старения на работе» (Quality of Ageing at Work Model), охватившая 31 организацию. Эта модель представляет собой форму исследовательского действия, направленного на внедрение практик Age Management через диалог между исследователями, менеджерами и работниками.

Ключевые направления Age Management в итальянской практике

В ответ на старение рабочей силы итальянские компании развивают следующие направления КСО:

- Программы обучения и переквалификации для сотрудников старших возрастов (Преодоление стереотипа о низкой готовности к обучению пожилых работников. Компании вынуждены инвестировать в развитие навыков возрастных сотрудников, поскольку заменить их молодыми специалистами становится все сложнее из-за демографического сжатия);

- Развитие программ здоровья и благополучия (wellness programs) (Адаптация рабочих мест и условий труда под возрастные изменения. Включает профилактическую медицину и программы управления стрессом, ориентированные на потребности стареющего организма);

- Обеспечение передачи знаний и опыта между поколениями (Создание механизмов наставничества, где пожилые работники передают опыт молодежи);

- Борьба с возрастной дискриминацией и стереотипами (Развитие культуры многообразия, направленной на устранение предрассудков,

связанных с возрастом. Исследования показывают, что негативные стереотипы о пожилых работниках (например, о более низкой производительности) часто не соответствуют действительности, но влияют на кадровые решения);

- Гибкие формы занятости и плавный выход на пенсию (Разработка индивидуальных графиков работы, частичной занятости и программ наставничества для сотрудников предпенсионного возраста, позволяющих постепенно снижать нагрузку без потери дохода и социальных связей).

Важно отметить, что развитие Age Management в Италии происходит под давлением объективных экономических факторов. Ожидается, что в 2025-2029 годах более 3 миллионов итальянских работников (около 12,5% рабочей силы) выйдут на пенсию, что создаст беспрецедентный дефицит кадров.

Итальянская модель КСО, заложенная еще Адриано Оливетти, получила новое развитие. Если в середине XX века социальная ответственность означала заботу о работнике как о личности, то сегодня она означает заботу о работнике на всех этапах его жизненного цикла, с особым вниманием к старшим возрастным группам, которые становятся основой кадрового потенциала страны.

Система корпоративной социальной ответственности во Франции

Система КСО представляет собой добровольную инициативу компаний, направленную на обеспечение устойчивого развития путем интеграции экономических, социальных и экологических аспектов в свою деятельность.

Франция считается одним из лидеров в развитии КСО. Ключевым фактором развития стала инициатива государства, сформировавшая следующие направления КСО:

- Экологическая ответственность заключается в минимизации негативного воздействия на окружающую среду, сокращение выбросов CO₂, управлении ресурсами, переходе к циркулярной экономике.

- Социальная ответственность в улучшении условий труда, борьбе с дискриминацией, развитии корпоративной культуры, поддержке местных сообществ.

- Экономическая ответственность про обеспечение прозрачности, борьба с коррупцией, соблюдение прав потребителей и устойчивое финансовое управление.

Важную роль в этом процессе сыграли корпоративные скандалы 1990-х годов связанные с утечкой информации крупных организаций. Крупные промышленники начали осознавать необходимость взаимодействия с

обществом и окружающей средой. Однако современный этап развития КСО начался в конце XX века, когда были приняты первые законодательные меры, направленные на регулирование экологической и социальной деятельности компаний.

В 1986 году была создана ассоциация «IMS-Entreprendre pour la cité», объединившая 230 компаний, ведущих социальную отчетность. Деятельность ассоциации распространяется на следующие области :

- борьба с дискриминацией;
- всеобщий доступ к рабочим местам на основе партнерских связей между регионами;
- равные возможности в области образования через партнерство предприятий с вузами и колледжами;
- спонсорство для укрепления солидарности и партнерства

1993 год - во Франции начинается действовать объединение, призванное бороться с рабочей дискриминацией и продвигать модели социально ответственного поведения в бизнес-среде. Это способствовало обеспечению занятости, социальной интеграции и снижению бедности.

2011 год - Всеобщая конфедерация малых и средних предприятий Франции опубликовала свой первый отчет в области развития КСО, что было особенно важно, поскольку к ним во Франции относится более 90% всех компаний

Что касается законов в области КСО, то Франция обладает одной из самых развитых законодательных баз в мире.

В феврале 2001 года законодательные органы Франции издали закон, способствующий инвестированию в развитие КСО и регулированию экономической деятельности, связанной с социальным развитием бизнеса.

Также ключевым событием стало принятие в 2017 году закона о корпоративной социальной ответственности. Франция стала первым государством в Европе, принявшим такой закон. Согласно данному закону, ведущие компании страны обязаны анализировать риски для сотрудников и окружающей среды и, исходя из этого, внедрять социальные программы по защите прав и свобод человека и экологической среды. Каждая из компаний должна утвердить документ, содержащий согласованные действия головной и дочерних компаний, с прописанной ответственностью, в том числе и сторонних контрагентов. Закон предусматривает штрафы за отсутствие такого документа и за нанесение вреда экологии и нарушение прав и свобод человека

Дальнейшее развитие этой сферы позволит укрепить доверие потребителей и инвесторов, повысить конкурентоспособность французских компаний и способствовать устойчивому развитию всей экономики.

Корпоративная социальная ответственность в Швейцарии

Эволюция корпоративной социальной ответственности (КСО) в Швейцарии представляет собой уникальный процесс, обусловленный спецификой политического устройства страны, её экономической структурой и культурными традициями. В отличие от государств с жестким законодательным регулированием, швейцарская модель КСО исторически формировалась под влиянием механизмов прямой демократии, федерализма и принципа субсидиарности, что предопределило высокую роль добровольных инициатив и саморегулирования бизнеса.

В развитии КСО в Швейцарии можно выделить три основных этапа.

Первый этап (вторая половина XIX — середина XX века): Промышленный патернализм. Зарождение социальной ответственности бизнеса в Швейцарии, как и в других странах Европы, было тесно связано с процессом индустриализации. Крупные промышленники, особенно в часовой и текстильной отраслях, а также в производстве шоколада (например, семьи Спрингли и Линдт), реализовывали программы поддержки своих рабочих. Данные меры, однако, носили преимущественно патерналистский характер и были направлены на закрепление квалифицированной рабочей силы. Тем не менее, именно в этот период были заложены основы для будущего понимания внутренней социальной ответственности, выражавшейся в заботе о сотрудниках.

Второй этап (1950–1980-е годы): Институционализация и первые кодексы поведения. В послевоенный период швейцарские транснациональные корпорации (такие как Nestlé, Roche, Novartis) столкнулись с беспрецедентным давлением со стороны международной общественности и неправительственных организаций. Критика касалась этических аспектов деятельности компаний в развивающихся странах, в частности, маркетинга заменителей грудного молока. Ответом на эти вызовы стала разработка первыми корпоративными кодексами поведения и начало системного диалога с институтами гражданского общества. Это стало поворотным моментом, ознаменовавшим переход от филантропии к осознанию репутационных рисков и необходимости учета более широкого круга стейкхолдеров.

Третий этап (1990-е годы — настоящее время): Стратегическая КСО и интеграция в бизнес-процессы. На современном этапе КСО в Швейцарии перестала быть исключительно добровольной инициативой и приобрела черты стратегической необходимости. Ключевую роль в этом сыграла уникальная политическая система страны. Инструменты прямой демократии позволили гражданскому обществу напрямую влиять на повестку КСО. Наиболее показательным примером является народная инициатива «О ответственных предпринимателях» (2020 г.), которая, хотя и не была принята в радикальной форме, привела к ужесточению законодательства

в области Due diligence (проверки должной осмотрительности) для компаний, работающих с полезными ископаемыми и детским трудом.

Швейцарский бизнес, стремясь избежать жесткого государственного регулирования, активно развивает механизмы саморегулирования, выпуская отраслевые стандарты («мягкое право»).

Кроме того, швейцарские эксперты внесли существенный вклад в разработку международных стандартов, в частности ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности», который определяет КСО как интеграцию социально ответственного поведения во все бизнес-процессы организации.

В теоретических подходах к КСО и устойчивому развитию важное место занимает разграничение понятий «уровень жизни» и «качество жизни». Их смешение может привести к неверной интерпретации целей и результатов социальной ответственности деятельности компаний. Опираясь на комплексный подход к КСО, который включает измерение социальных, экологических и экономических показателей, можно провести следующее различие.

Уровень жизни (Standard of Living) представляет собой преимущественно экономическую категорию, характеризующую степень удовлетворения материальных потребностей индивида или социальной группы. Он поддается количественному измерению через объективные показатели, такие как валовой внутренний продукт (ВВП) на душу населения, реальные располагаемые доходы, структура потребительских расходов, покупательная способность, уровень занятости и стоимость жизни. Высокий уровень жизни означает наличие у человека достаточных материальных ресурсов для приобретения товаров и услуг.

Качество жизни (Quality of Life) является более широким и комплексным понятием. Оно включает в себя объективные условия существования (здоровье, экологическая обстановка, безопасность, доступ к образованию и культуре) и субъективную оценку индивидом своего положения в этих условиях. Качество жизни отражает степень удовлетворения не только материальных, но и социальных, духовных потребностей, а также ощущение благополучия, счастья и комфорта. Измерение качества жизни требует использования как статистических данных (например, продолжительность жизни, индекс экологической эффективности), так и социологических опросов о субъективном благополучии.

Деятельность компании в рамках КСО выступает тем механизмом, который позволяет трансформировать высокий уровень жизни сотрудников и сообществ в высокое качество жизни.

Таким образом, КСО является инструментом, с помощью которого бизнес вносит вклад не просто в материальное обеспечение общества, а в

создание устойчивой и комфортной среды для жизни, что соответствует комплексному подходу к пониманию социальной ответственности.

Библиографический список

1. А.С. Караваева, О.В. Кадникова. Развитие корпоративной социальной ответственности в Германии и России // Вестник магистратуры. – 2016. – № 7. С. 133-135.
2. В.В. Даньшина. Зарубежный опыт реализации социальной ответственности бизнеса // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2017. – №40. С. 152-170.
3. Д.А. Виноградов, Особенности становления корпоративной социальной ответственности во Франции / [Электронный ресурс] // – URL: https://terrahumana.ru/arhiv/13_03/13_03_24.pdf (дата обращения: 21.04.2026).
4. Культура / [Электронный ресурс] // – URL: <https://studfile.net/preview/8363276/page:3/> (дата обращения: 21.04.2026).
5. М.Н. Кушакова. Корпоративная социальная ответственность: опыт зарубежных стран // Экономика и социум. – 2021. – № 9. С. 900-905.
6. Модели КСО в странах ЕС [сайт]. URL: <https://studfile.net/preview/5392850/page:3/> (дата обращения: 29.03.2026).
7. Национальная политика по КСО в Италии [сайт]. URL: <https://studfile.net/preview/10188804/page:3/> (дата обращения: 05.03.2026).
8. Новые подходы к корпоративной социальной ответственности в немецких компаниях [сайт]. URL: <https://vc.ru/id2410926/964553-novye-podhody-k-korporativnoi-socialnoi-otvetstvennosti-v-nemeckih-kompaniyah> (дата обращения: 03.03.2026).

*В.Д. Смирнов, студ.; рук. Н.Р. Романова к. психол. н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ ПОЛИТИКИ ОТМЕНЫ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ НА ЗАПАДЕ

Россия – самая большая страна в мире, могущественная держава, мировой лидер во всех сферах человеческой деятельности: военной, дипломатической, технологической, научной, спортивной. Также Россия один из мировых лидеров в культуре. Творчество Пушкина, Чайковского, Репина известно далеко за пределами России. Современные деятели искусства также популярны и востребованы на Западе. Такое влияние русской культуры не устраивает многих современных политиков Европы, но это отторжение возникло «не вдруг и не сегодня». Отрицание русской культуры зародилось, по-видимому, несколько столетий назад, но только в XXI веке стало приобретать радикальные формы и получило свое название – «Культура отмены».

Одной из форм дискриминации русской культуры является ограничение сферы применения русского языка даже в тех регионах, где проживает много русских и русскоязычных граждан, например, в Латвии, Эсто-

нии, Украине. Преследования русских на почве этнической ненависти, подспудно и длительно возвращаемой, получили широкое распространение ещё в 1990-е годы с распадом СССР. Под воздействием физического насилия, открытой и скрытой враждебной пропаганды в СМИ, дискриминации в системе образования, многие русские были вынуждены покинуть свои дома и репатриироваться в РФ. Общая численность вынужденных репатриантов в Россию за последние 25 лет оценивается в 8 миллионов человек [3]. Основной причиной переселения стала русофобия, проявляющаяся не только на политическом, но и на бытовом уровне. Русофобская политика имела место и на Донбассе после 2014 года, что стало одной из главных причин начала специальной военной операции по демилитаризации и денацификации Украины в феврале 2022 года.

Русофобия имеет свою ярко выраженную специфику в странах коллективного Запада, где она проявляется в максимально глубокой и обширной практике диффамации, дискриминации и культуроцида [2, с. 7]. Возник особый термин «культура отмены», символизирующий совокупность мер, направленных на устранение любых, особенно позитивных, факторов присутствия русской цивилизационной и культурной субъектности в общем информационно-культурно-экономическом пространстве.

Сам термин «культура отмены» часто связывается западными исследователями и общественными деятелями с тоталитаризмом как социально-политическим и идеологическим феноменом. Профессор Университета штата Мичиган Лиза Накамура назвала культуру отмены стремлением контролировать свободу мнений, пользуясь властью, данной социальными сетями [10]. Президент США Дональд Трамп сравнивал «культуру отмены» с тоталитаризмом и политическим оружием, используемым для наказания и унижения несогласных [7].

Показательным был инцидент с оперной певицей Анной Нетребко. Концерт должен был состояться 1 июня 2024 года в Швейцарии, но организаторы сочли его проведение небезопасным.

Также в последний момент в апреле 2024 года сорвались гастроли артистов из Большого театра в Сеуле, несмотря на интерес публики. Местное министерство культуры отменило выступления на государственном уровне.

Власти Литвы лишили гражданства балерину Илзе Лиепу из-за поддержки СВО.

Есть ещё много примеров, в которых так или иначе ограничивают творческую деятельность русских на Западе, причём все они происходят под влиянием представителей власти, без учёта мнения местных жителей и даже вопреки экономической выгоде таких мероприятий. Ведь если бы

учитывалось мнение простых людей, отменялись бы только скучные и неинтересные концерты, не окупающие расходы организаторов.

Министр культуры, СМИ и спорта Великобритании Надин Доррис заявила, что подотчётные ей сферы можно рассматривать как третий фронт борьбы (после военного и экономического) против России. «Сейчас не время для русского балета, не лучший сезон для Чехова и даже Пушкина. Российская культура должна исчезнуть из общественного пространства», – таково мнение министра культуры и национального наследия Республики Польша (2021–2023 гг.) Петра Глиньского [4].

То есть – не простым гражданам, а именно элите, которая должна защищать мнение народа, – не нравится русская культура, это элита пытается отделить западное общество от всего русского. Тогда возникают вопросы: Почему западная элита взяла курс на отмену русской культуры?

Объяснений здесь может быть несколько, поскольку, на наш взгляд, работают сразу несколько социально-политических и психологических механизмов.

Одним из них является феномен ин-группового фаворитизма и аут-групповой враждебности [1, 9]. Согласно теории социальной идентичности американских социальных психологов Г. Тэджфела и Дж. Тернера, люди склонны выделять больше ресурсов и оказывать предпочтение представителям своей группы по сравнению с другой. Это явление получило название «внутригрупповой фаворитизм» (от лат. favor – благосклонность). Тенденция отмечать различия между своей и чужой группой, как правило, в пользу первой, называется межгрупповой дискриминацией (внешне-групповой), в крайних формах – аут-групповой враждебностью. По мнению Г. Тэджфела, ин-групповой фаворитизм и аут-групповая дискриминация – универсальные феномены психологии межгрупповых отношений [9], которые обостряются в период войн и межгрупповых конфликтов. То есть враждебность к России обусловлена тем, что она согласно теории авторов – внешнее, отличающееся, большое, непонятое, необъяснимое сообщество (аут-группа), сохраняющее свою самобытность и ресурсы.

На протяжении длительной истории межцивилизационных отношений Запад хотел подчинить Россию, завладеть её ресурсами. Благодаря самосознанию, которое опирается, в том числе, на культуру, Россия смогла выстоять перед напором западных стран. Когда после трагических 90-х годов Россия вновь окрепла, вернула суверенитет и военная победа Запада в противостоянии с Россией стала невозможной, к западным элитам пришло понимание: если уничтожить русскую культуру, являющуюся стержнем национального и цивилизационного самосознания, то стратегическое поражение России становится реализуемым. А так как внутри

России отменить русскую культуру практически невозможно (и западные элиты вынуждены это констатировать после многолетней холодной войны), то начались попытки с её отмены за пределами России. В зоне риска оказались те русские люди (и все русскоговорящие), которые живут на Западе. Власти этих стран выбрали мишенью воздействия их национальное самосознание. Целью является отрыв этой части Русского мира от русской культуры, чтобы исключить их влияние на западную цивилизацию, а также сделать агентами влияния, носителями русофобских идей для граждан России, проживающих на родине.

В ситуации с отменой русской культуры мы наблюдаем также и феномен, называемый «ловушкой Фукидида». Это концепция, согласно которой, когда нарождающаяся великая держава начинает угрожать положению действующего гегемона, резко возрастает риск войны между ними. Термин был введён американским политологом Грэмом Т. Эллисоном в 2012 году в статье для Financial Times. В основе концепции лежит мысль древнегреческого историка Фукидида, который в своей «Истории Пелопоннесской войны» отмечал, что «именно возвышение Афин и страх, который они внушали Спарте, сделали войну неизбежной». Эллисон использовал эту идею для объяснения склонности к военным столкновениям между восходящей и доминирующей державами, приводя в пример противостояние Афин и Спарты [6]. Согласно этой теории страны Запада, оказались в XXI веке в ситуации угрозы своему лидирующему положению со стороны растущей экономической мощи Китая и военной мощи России. Это и является причиной обостряющегося противостояния цивилизаций, которое пока проявляется в психологической войне с культурой этих стран, но может привести и к горячей войне, вплоть до Третьей мировой.

Феномен отмены русской культуры можно объяснить также и с позиций фрустрационной теории агрессии. Согласно этой теории, агрессия возникает как следствие блокирования или фрустрирования стремлений субъекта к достижению цели. По определению Дж. Долларда и его коллег, фрустрация – это состояние, возникающее, когда на пути к цели появляется препятствие, а агрессия – это действие, направленное на причинение вреда другому, ставшему источником этой фрустрации.

Эта концепция также применяется для объяснения массовых беспорядков, революций и войн. В частности, считается что к агрессии склонны наиболее обездоленные, неудовлетворенные жизнью слои общества, которые выражают своё разочарование и гнев через насилие [8]. Перенос на межгосударственные отношения, можно предположить, что войны начинаются элитами государств в случае невозможности достичь цели государственного развития и процветания или поддержания статуса кво.

Отмена русской культуры – это первый шаг в противостоянии цивилизаций. И этот шаг уже имеет некоторые следствия: некоторые русские, проживающие в странах Запада, начинают стыдиться своего происхождения, постепенно утрачивают свой культурный код и забывают многое из того, что связывает их с Россией. Но есть и те, кого эта ситуация с отменой культуры, наоборот, делает патриотами России и сторонниками Русского мира. Ведь по известной теории Дж. Брэма «запретный плод сладок».

Негативные следствия отмены русской культуры последуют не только для России, но и для Запада. Максим Замшев, писатель, главный редактор «Литературной газеты», заметил: «Отменяя русскую культуру, Запад отменяет сам себя. Последние два века Россия в культурном плане оказывала огромное влияние на Запад – начиная с «Могучей кучки». Хочет Запад остаться ущербным, изъеденным, как молю, мультикультурным кодексом и политкорректностью – флаг ему в руки. Надеюсь, там найдутся настоящие интеллектуалы, которые будут этой глупости противостоять, чтобы спасти настоящий западный культурный код. Ну, это уж их дело. Мы будем наблюдать» [5].

Иными словами, русская культура также является частью культурного кода человека на Западе. Если уничтожить эту часть, человек станет неполноценным: ему будет чего-то не хватать. Мы предполагаем, что будет не хватать той душевности, которая впитывалась с произведениями русских классиков и современных деятелей искусства России.

Каков же прогноз развития ситуации?

На наш взгляд возможны лишь два сценария: либо русская культура обретёт новое дыхание на Западе, либо Европа лишится существенной части мирового культурного наследия.

Рассмотрим первый вариант. История знает примеры успешного проникновения русской культуры в западное общество. Так, в 1906 году после выставки «Два века русской живописи и скульптуры» во Франции сформировался новый стиль – «а-ля русс»: многие модельеры начали использовать элементы традиционных русских костюмов в своих коллекциях. Ещё один яркий пример – успех оперного спектакля «Борис Годунов» в 1908 году: постановка произвела настоящий фурор и по сей день остаётся одной из жемчужин европейской сцены. Русская культура способна оказать положительное влияние на западное общество. Примечательно, что период активного проникновения русских культурных ценностей на Запад пришёлся на начало XX века – по историческим меркам это сравнительно недавнее время. Несмотря на технологический прогресс базовые человеческие ценности и эстетические предпочтения существен-

но не изменились, а значит, у русской культуры есть все шансы на успех и сегодня.

Второй сценарий предполагает определённые культурные потери для Европы. Речь идёт не о людях, равнодушных к искусству, а о тех, кто вместо произведений уровня Пушкина вынужден будет обращаться к книгам сомнительного содержания. В качестве примера можно привести роман «Благотворительницы», в котором идеализируется образ офицера фашистской Германии, причастного к геноциду на территории СССР. При этом произведение удостоилось нескольких международных наград – факт, подчёркивающий тревожную тенденцию.

Сегодня уже наметился определённый возврат интереса к русской культуре: в европейских и американских театрах вновь ставят произведения русских классиков. Например, в США идут спектакли по произведениям Булгакова, а в Германии с аншлагом прошла постановка «Чайки» Чехова.

Что мы конкретно можем предложить для решения проблемы отмены русской культуры?

Надо исходить из того, что интерес к русской культуре на Западе существует, хотя представители власти и пытаются исключить её из культурного пространства. В результате русская культура на Западе превращается в подобие «запретного плода» (как яблоко: яркое и сочное, но запрещаемое и недоступное). Вместо него массам предлагают «чёрствыи сухари» – внешне привлекательные, с красивой этикеткой, но практически лишённые содержания. Скорее всего продвижение представителей русской культуры на Западе перейдёт на своего рода полулегальное положение. Например, начнут продавать в публичных местах (типа метро) произведения Пушкина, Гоголя и Островского, организовывать спектакли в подвальных помещениях, включать русские песни в барах. И наша задача, не нарушая законы, а используя имеющиеся лазейки в законодательстве и ситуативные возможности, способствовать этому явлению.

Отмена русской культуры на Западе привела к ограничению доступа аудитории к значимой части мирового культурного наследия – произведениям Пушкина, Чайковского, Чехова и других классиков. Это наносит ущерб не только Русскому миру, но и западному обществу: обедняет его культурный ландшафт, подменяя глубокие произведения контентом сомнительной ценности; ведёт к искажению представлений о русской идентичности, непониманию; провоцирует рост напряжённости между цивилизациями. В то же время эффект «запретного плода» подогревает интерес к русской культуре, создавая предпосылки для её потенциального возрождения в будущем.

1. Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. – Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1990. – 240 с. – С. 201–211.
2. Асафов А. Н. «Культура отмены» как механизм политического неокOLONИализма для поддержания однополярного мироустройства / А.Н. Асафов. – Москва: Медиагород, 2024. – 79 с.
3. Асафов. А.Н. Современная русофобия: «Культура отмены» как тоталитарный культ. – URL: <https://report-cancel-culture.asafov.ru/report-ru>
4. Зайцев Александр. Почему Запад увлекся отменой русской культуры, и как далеко зайдет этот процесс. – URL: <https://profile.ru/culture/pochemu-zapad-uvleksya-otmenoj-russkoj-kultury-i-kak-daleko-zajdet-etot-process-1093070/>
5. «Отменяя русскую культуру, Запад отменяет сам себя» || Ревизор.ru. – URL: <https://rewizor.ru/literature/reviews/otmenyaya-russkuu-kulturu-zapad-otmenyaet-sam-s-bya/?ysclid=mnop0iifys58795842>
6. Allison Graham. The Thucydides Trap: Are the U.S. and China Headed for War? (англ.), The Atlantic (24 September 2015).
7. Dale, Daniel. A list of people and things Donald Trump tried to get canceled before he railed against 'cancel culture'. CNN. 2020 July 7
8. Dollard J., Miller N.E., Doob L.M. et al. Frustration and aggression. New Haven, CT: Yale University Press, 1939.
9. Tajfel, H. Turner, J.C. (1986) The social identify theory of intergroup behavior. In: S. Worshel & W. G. Austin (Eds.) Psychology of intergroup relations. – Chicago: Nelson-Hall, 7–24.
10. Velasco, Joseph. You are Cancelled Conference: 1st Rupkatha International Open Conference on Recent Advances in Interdisciplinary Humanities, October 2020. Vol. 12. doi:10.21659/rupkatha.v12n5.rioc1s21n2.

*А.В. Смыченко, студ.; рук. И.В. Журавлева, к.социол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПОИСК ОПТИМАЛЬНОЙ ЦЕНЫ: АПРОБАЦИЯ МЕТОДИКИ PSM

В марте 2026 г. нами было проведено маркетинговое исследование в форме опроса (n = 50). Основной целью исследования являлось определение ценовой чувствительности потребителей и выявление оптимального уровня цены на велюровую декоративную подушку.

Для анализа был использован предложенный Питером Ван-Вестендорпом метод измерения чувствительности к цене (PSM – Price Sensitivity Measurement) – одна из прямых методик определения оптимальной цены продукта. [1, с.535] В качестве исследуемого товара рассматривалась велюровая декоративная подушка.

Респондентам были заданы четыре вопроса относительно цены товара: «Какая цена на велюровую декоративную подушку является настолько высокой, что Вы не станете её покупать?», «Какая цена является

настолько низкой, что Вы задумаетесь о её качестве?», «Какую максимально возможную цену Вы готовы заплатить?», «За какую цену Вы купили бы велюровую декоративную подушку, считая покупку выгодной?».

Результаты исследования представлены на рисунке 1 (графики представляют собой кумулятивные распределения).

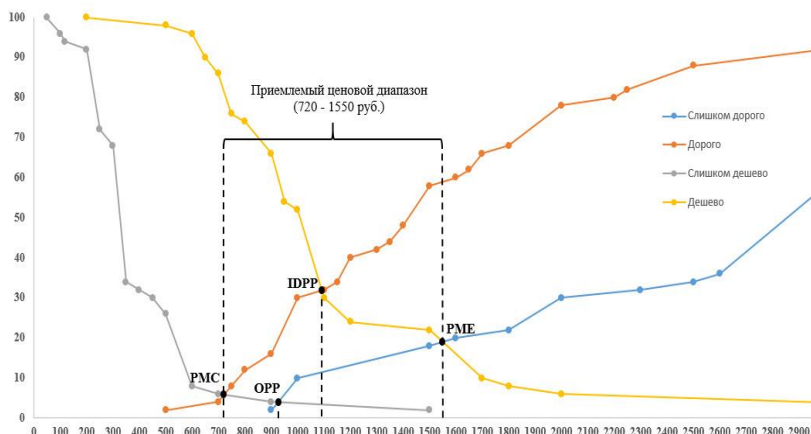


Рисунок 1 – «Коридоры» цен на велюровую декоративную подушку (по методике «PSM II. Ван-Вестендорна»), руб.

Точка безразличия (IDPP – «Indifference Price Point») – цена, которая воспринимается потребителями как нейтральная (ни высокая, ни низкая). Возникает при пересечении кривых «дорого» и «дешево».

Точка оптимальной цены (OPP – «Optimum Price Point») – цена при которой минимальная доля потребителей отвергает товар, как из-за высокой, так и из-за низкой цены. Находится на пересечении кривых «слишком дорого» и «слишком дешево».

Пересечению кривых «слишком дешево» и «дорого» соответствует точка предельной дешевизны (PMС – «Point of Marginal Cheapness»), а пересечению «слишком дорого» и «дешево» – точка предельной дороговизны (PME – «Point of Marginal Expensiveness»).

Точки PMС и PME образуют границы приемлемого ценового диапазона.

Как видно из данных, представленных на рисунке 1, приемлемый диапазон цен на велюровую декоративную подушку составляет примерно 720 – 1550 рублей.

При этом:

- точка оптимальной цены (ОРР) находится на уровне около 900 – 950 рублей;
- точка безразличия (IDPP) – примерно 1000 – 1100 рублей;
- нижняя граница (РМС) – около 700 – 800 рублей;
- верхняя граница (РМЕ) – около 1500 – 1600 рублей.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что наибольшая доля потребителей воспринимает цену в диапазоне 900 – 1100 рублей как наиболее приемлемую. Цена ниже 700 рублей вызывает сомнения в качестве товара, тогда как цена выше 1500 – 1600 рублей воспринимается как чрезмерно высокая и ограничивает спрос.

Таким образом, оптимальной ценой на велюровую декоративную подушку можно считать цену около 900 рублей, а рекомендуемый диапазон для формирования ценовой политики – 900 – 1100 рублей, это позволит обеспечить баланс между доступностью товара и его воспринимаемым качеством.

Библиографический список

1. Власова М.Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях / М.Л. Власова. – М.: Высшая школа экономики, 2006. 710 с.

*С.Е. Тимофеева, студ.; рук. И.В. Журавлева, к.социол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

МАРКЕТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ЭЛЕМЕНТОВ БРЕНДА ПОСТЕЛЬНОГО БЕЛЬЯ

В современных рыночных условиях логотип является не просто графическим изображением, а ключевым элементом коммуникации между производителем и потребителем. Для компании, производящей постельное белье, визуальная идентичность важна вдвойне: она должна передавать уют, качество и эстетику сна. В апреле 2026 г. нами было проведено маркетинговое исследование с целью оценки восприятия элементов бренда «Артпостель» потенциальными потребителями. Сбор первичной информации осуществлялся методом анкетирования (n=50).

Респондентам предъявлялся логотип марки «Артпостель», который выглядит как круглая эмблема: в центре — стилизованная белая буква «а», похожая на мягкий рукописный или фирменный монограммный шрифт. Основной цвет — красный фон с белым символом. По краю — декоративный орнамент в виде меандра в светло-бежевых тонах, который

придаёт логотипу классический, узорный вид (рис. 1). В ходе опроса оценивались узнаваемость, привлекательность и функциональность логотипа.



Рисунок 1 - Логотип бренда «Артпостель»

Анализ результатов показал неоднозначное отношение респондентов к бренду. В таблице 1 представлены данные об осведомленности целевой аудитории о торговой марке «Артпостель» в сравнении с ближайшими конкурентами и популярность марки (измеренная по опыту покупки).

Таблица 1 - Рейтинги известности и популярности марок постельного белья, % и ранги

Марка	Спонтанная осведомленность		«Top of mind»		Наведенная осведомленность		Популярность	
	%	Ранг	%	Ранг	%	Ранг	%	Ранг
«Василиса»	62,5	1	33,3	1	67,7	1	25,8	1
«Артпостель»	37,5	2	29,2	2	51,6	2	12,9	2
«Guten Morgen»	33,3	3	20,8	3	35,5	5	3,2	3
«Сон Cotton»	20,8	4	4,2	4	38,7	4	3,2	3
«TDL Kids»	20,8	4	4,2	4	45,2	3	0,0	4
«Шуйские ситцы»	12,5	5	-	-	-	-	-	-
«Pragma»	8,3	6	4,2	4	-	-	-	-
«Василёк»	4,2	7	4,2	4	-	-	-	-

Как видно из данных таблицы 1, лидером по всем показателям является марка «Василиса» (спонтанная осведомленность — 62,5%, «Top of mind» — 33,3%, популярность — 25,8%). Марка «Артпостель» занимает вторую позицию (37,5%, 29,2% и 12,9% соответственно), опережая «Guten Morgen» (33,3%, 20,8% и 3,2%) и «Сон Cotton» (20,8%, 4,2% и 3,2%). При этом у всех брендов, кроме лидера, наблюдается значительный разрыв между уровнем осведомленности и долей реально покупавших, что характерно для рынка с низкой лояльностью и высокой конкуренцией.

Особый интерес в ходе исследования представляла оценка элементов дизайна логотипа «Артпостель». Респондентам было предложено оценить, какие именно визуальные компоненты вызывают позитивную реакцию, а какие требуют доработки (табл. 2).

Таблица 2 - Оценка элементов логотипа марки «Артпостель», %

Элемент логотипа	Оценка		
	Нравится	Не нравится	Затруднились ответить
Цветовое решение	45,2	38,7	16,1
Шрифт (начертание)	29,0	48,4	22,6
Графический элемент	41,9	35,5	22,6
Общая композиция	61,3	22,6	16,1
Простота и понятность	29,0	41,9	29,0

Полученные данные свидетельствуют о том, что большинство респондентов лояльно относятся к цветовой гамме (45,2%), графическому элементу (41,9%) и композиции логотипа (61,3%). Однако вызывает тревогу тот факт, что почти половине опрошенных не нравится шрифт (48,4%) и в целом не понятен логотип (41,9%). Это является «зоной роста» для бренда.

Таким образом, можно утверждать, что логотип бренда «Артпостель» в целом воспринимается респондентами нейтрально-положительно, однако не вызывает ярких эмоциональных ассоциаций, что негативно сказывается на его запоминаемости. Наиболее сильными сторонами логотипа являются цветовое решение и общая композиция, тогда как шрифт и понятность логотипа не работают на узнаваемость бренда. С учётом высокой конкуренции на рынке постельного белья компания «Артпостель» проигрывает более сильным игрокам (таким, как «Василиса») именно в визуальной идентификации. Потенциальным направлением развития бренда может стать редизайн шрифтовой части с усилением графического элемента, ассоциативно связанного со сном и комфортом, с обязательной последующей апробацией модернизированных версий на той же целевой аудитории.

Библиографический список

1. Зотов В.В. Бренд-решения : учебное пособие / В.В. Зотов. — М. : Евразийский открытый институт, 2011. — 82 с.
2. Коротков А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / А.В. Коротков. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 342 с.

*И.И. Титова, П.Е. Филиппова, студ.;
рук. М.В. Бутырина, к.филос.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СПОСОБЫ ВЕРБОВКИ В ТЕРРОРИСТИЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Для понимания масштаба угрозы экстремизма и терроризма приведем статистические данные. Согласно данным Национального антитеррористического комитета (НАК) и ФСБ России за 2024 г. в стране предотвратили 190 терактов, а за 2025 г. – уже 423 преступления террористической направленности, из которых 308 являлись непосредственно подготовкой к террористическим актам [1].

Интерес вербовщиков направлен на уязвимых, одиноких, недовольных жизнью людей (см. табл. 1). Выявив таких индивидов, начинается их радикализация, которая означает «процесс эскалации радикализма как формы выражения идей и действий к насильственным формам экстремизма и терроризма» [4].

Существует шесть ступеней радикализации.

1. Обида / несправедливость (человек сталкивается с ощущением материальной, социальной или моральной несправедливости, чувствует себя ущемленным).

2. Поиск виноватых (появляется потребность найти того, кто виноват, агрессия смещается на государство, социальные группы, национальности, элиты).

3. Чёрно-белое мышление (мир делится на чёрное и белое, на «своих» – абсолютно правых и безгрешных, и «чужих» – виновников всех бед).

4. Вхождение в группу (происходит изоляция от традиционного окружения, человек находит группу, где, как ему кажется, его понимают, где он свой и социализируется внутри этой радикальной ячейки).

5. Дегуманизация (расчеловечивание) врага (враги воспринимаются не как люди, а как абстрактное зло, что снимает моральные запреты на причинение им вреда вплоть до убийства).

6. Принятие насилия как долга (террористический или насильственный акт оправдывается как «необходимое благо», вынужденная мера, священный долг перед своей группой).

Таблица 1. - Характеристика групп риска и мероприятия по профилактике их радикализации

Группа риска	Характеристика группы	Какие меры работают
Одинокие и социально изолированные	Отсутствие связей, поддержки, минимальных взаимодействий с другими людьми, склонность к депрессивным и	Вовлечение в позитивные сообщества (клубы, секции, волонтерство), психо-

	тревожным состояниям, низкая самооценка, ощущение ненужности	логическая поддержка
Люди в кризисе (потеря работы, развод, долги)	Крах привычной картины мира, хронический стресс, финансовая уязвимость и высокий риск социальной изоляции	Социальная помощь, кризисные центры, психологическое консультирование, восстановление справедливости
Подростки и молодёжь (12–20 лет)	Максимализм, несформированное критическое мышление, поиск своего места в жизни, резкое разделение мира на «черное» и «белое» Часто ведутся на предложения «легкого заработка» или статус «избранности»	Работа с родителями и учителями, альтернативный героизм (спорт, волонтерство, патриотические проекты), медиаграмотность в школах
Заключённые	Изоляция от общества, потребность в поддержке, подчинение двойной системе правил (официальным законам исправительного учреждения и неформальной тюремной иерархии)	Раздельное содержание радикалов, работа тюремных психологов, образовательные программы, контроль за проповедниками
Мигранты	Оторванность от привычной среды, языковой барьер, дискриминация и трудовая уязвимость, чувство незащищенности, желание найти «своих»	Языковая и культурная адаптация, разъяснение законов РФ, работа с диаспорами, горячие линии доверия, куда можно анонимно сообщить о подозрительном контакте
Люди с низким социальным статусом и без перспектив	Отсутствие перспектив, чувство социальной несправедливости, поиск радикальных путей изменения своей жизни	Образование, профессиональное обучение, социальные лифты, трудоустройство, ощущение нужности обществу

Офлайн-вербовка происходит в тюрьмах, религиозных кружках, закрытых коллективах (стройки, дальнобойщики), в процессе благотворительной/волонтерской деятельности (раздача листовок, сбор вещей для нуждающихся и т.п.).

Меры профилактики радикализации по группам риска представлены в таблице 1.

Вербовка – это технология, поэтапный процесс психологического воздействия на человека с целью трансформации его поведения для вовлечения в противоправную деятельность. Необходимо вести широко-масштабную работу по профилактике радикализации наиболее уязвимых социальных групп, которых вербовщики разными способами пытаются вовлечь в экстремистскую и террористическую деятельность.

Библиографический список

1. Интервью председателя НАК, Директора ФСБ России А. Бортникова «Российской газете» в связи с 20-летием образования НАК – URL: <https://nac.gov.ru/list/cat%252520egoryId/46/view/eb008ff4-1608-4b47-b2a9-3d604c1833c2>.

2. Как не быть завербованным в запрещенную в России террористическую организацию. – URL: <https://56.mchs.gov.ru/deyatelnost/protivodeystvie-terrorizmu/pamyatki-i-rekomendacii/sposoby-verbovki-molodezhi-v-terroristicheskie-organizacii>.

3. Коновалов И.А. Радикализация молодежи: основные модели и профилактика. Зарубежный опыт // Психология и педагогика служебной деятельности. – 2021. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/radikalizatsiya-molodezhi-osnovnye-modeli-i-profilaktika-zarubezhnyu-opyt> (дата обращения: 27.05.2026).

4. Теория и практика профилактики деструктивных идеологий в молодежной среде / Карпова А.Ю., Савельев А.О. – Томск: Изд-во ТПУ, 2024.

*А.А. Туруль, студ.; рук. М.В. Бутырина, к.филос.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СОЦИАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ БАРЬЕР В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

В современном деловом общении эффективность взаимодействия напрямую зависит от способности партнеров преодолевать коммуникативные барьеры. Одним из наиболее сложных и распространенных среди них является барьер социальных стереотипов.

Социальный стереотип понимается как относительно устойчивый, упрощенный образ социального объекта (группы, человека, явления), формирующийся в условиях дефицита информации как результат обобщения личного и группового опыта [1; 3]. В процессе стереотипизации – восприятия и классификации социальных явлений на основе выработанных стереотипов – происходит упрощение образа, что, с одной стороны, экономит мышление и ускоряет процесс познания, а с другой – приводит к искажению восприятия, предвзятости и игнорированию специфики явления.

В деловой коммуникации стереотипы выполняют двойственную роль. С позитивной стороны, они выступают формой познавательной и коммуникативной деятельности, помогая субъекту быстро ориентироваться в типичных ситуациях, распознавать социальные объекты и строить прогнозы их поведения [3]. Стереотипы способствуют социально-психологической стабилизации сознания, выполняя функции объяснения и оправдания существующих отношений, защиты групповых ценностей и трансляции культурного опыта [1].

Однако негативная роль стереотипов как коммуникативного барьера проявляется в том, что они действуют по принципу «подтверждающего мышления», выступая в роли фильтра, который отсекает информацию, не

соответствующую сложившейся установке. Это приводит к «лени ума» – привычке опираться на готовые шаблоны и утрате способности к глубокому анализу. В деловом взаимодействии это может выражаться в неверной интерпретации намерений партнера, формировании предубеждений на основе его групповой принадлежности (национальной, профессиональной и т.д.) и, как следствие, к возникновению конфликтов и снижению эффективности сотрудничества [1].

Таким образом, социальные стереотипы, будучи неотъемлемым элементом социальной перцепции, представляют собой серьезный барьер в деловой коммуникации. Для его преодоления необходимы осознание собственных стереотипизированных установок, развитие рефлексии и готовность к восприятию новой информации, не соответствующей существующим шаблонам.

Библиографический список

1. Ильюшкин В.В. Стереотипизация как важный фактор в восприятии и познании людьми друг друга // European science. – 2014. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stereotipizatsiya-kak-vazhnyy-faktor-v-vospriyatii-i-poznaniilyudmi-drug-druga>.

2. Маркова Е.И., Маркова И.Д. Коммуникативные барьеры в деловом общении и способы их преодоления // Наука и современность. – 2012. – № 16-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-bariery-v-delovom-obschenii-i-sposoby-ih-preodoleniya>.

3. Метелкина Ю.С. Социальные стереотипы в коммуникационных процессах. – Новосибирск, 2003. – С. 164–167.

*Чистякова А.Д., студ.; рук. Мошкарина М.В., к.э.н., доцент
(ИГЭУ, г. Иваново)*

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ АО «ТАНДЕР»

Эффективная маркетинговая стратегия компании является важным элементом успеха компании на рынке и залогом ее экономической эффективности.

АО «Тандер» является крупной торговой сетью «Магнит». Компания представлена в 4,9 тыс. населенных пунктах, ежедневно магазины компании посещают более 19 миллионов человек. На 31 декабря 2025 года компания насчитывала 33 440 торговых точек в 72 регионах России. Участниками кросс-форматной программы лояльности сети являются 92 млн. человек.

Логистическая инфраструктура компании включает в себя 52 распределительных центра и 8 955 автомобилей.

«Магнит» входит в список крупнейших публичных компаний мира рейтинга Global 2000 Forbes и возглавляет рейтинг крупнейших частных работодателей России по версии Forbes.

«Магнит» был основан в 1994 году на юге России в Краснодаре как небольшая региональная компания. За это время «Магнит» вырос в одну из крупнейших российских компаний. Штаб-квартира розничной сети по-прежнему находится в Краснодаре. 66,8% акций «Магнита» находятся в свободном обращении и торгуются на Московской бирже (MOEX: MGNT). В соответствии с результатами Компании до применения МСФО 16, выручка «Магнита» за 2025 год составила 3 509 млрд руб., EBITDA – 169 млрд руб.

Проведем анализ эффективности коммуникационной стратегии АО «Тандер» за 2025 год. Результаты анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ коммуникационной эффективности

Канал	Выручка (млн руб.)	Затраты (млн руб.)	Доля в бюджете	ROMI
ТВ-реклама	27,16	8,7	37,8%	2,1x
Радио	5,88	2,1	9,1%	1,8x
Наружная реклама (ООН)	8,84	3,4	14,8%	1,6x
Digital (включая таргетинг)	26,1	5,8	25,2%	3,5x
VTL (промо, дегу- станции)	3,42	0,9	4%	2,8x
Прочее	5,25	2,1	9,1%	1,5x
Итого	76,65	23,0	100%	2,2x

Формулы и логика расчёта:

Затраты (млн руб.) – данные из бюджета маркетинга компании за 2025 год.

$$D = \frac{Z}{Ob} \times 100\%, \quad (1)$$

где D – доля в бюджете;

Z – затраты на канал продаж;

Ob – общий бюджет.

Пример расчета для канала продаж (ТВ-реклама):

$$D = \frac{8,7}{23,0} \times 100\% = 38\% \quad (2)$$

ROMI (Return on Marketing Investment):

$$\text{ROMI} = \frac{(\text{ДВ} - 3)}{3}, \quad (3)$$

где ROMI (Return on Marketing Investment) – эффективность маркетинговых вложений;

ДВ – дополнительная выручка от канала (млн.руб.);

3 – затраты на канал продаж (млн.руб.);

Пример расчета:

ТВ-реклама:

$$\text{ROMI} = \frac{(27,16 - 8,7)}{8,7} = 2,1x \quad (4)$$

Значение равно 2,1x, что означает, на 1 рубль затрат получено 2,1 рубля выручки, т.е. чистая прибыль – 1,1 рубля.

$$\text{ROMI} = \frac{(26,1 - 5,8)}{5,8} = 3,5x \quad (5)$$

Значение равно 3,5x, из этого следует, что на 1 рубль затрат получено 3,5 рубля выручки, т.е. чистая прибыль – 2,5 рубля).

Вывод по таблице 3.6:

Анализ медиамикса выявил нерациональную структуру распределения рекламного бюджета:

Digital-каналы демонстрируют наивысшую отдачу (ROMI 3,5x), однако их доля в бюджете составляет лишь 25%.

ТВ-реклама занимает 38% бюджета, но имеет значительно меньшую эффективность (ROMI 2,1x) – это классическая проблема традиционного ритейла, где основные средства тратятся на привычные, но менее эффективные каналы.

Наружная реклама (ООН) – 15% бюджета при ROMI 1,6x – наименее эффективный канал.

VTL (промо, дегустации) – 4% бюджета при ROMI 2,8x – высокоэффективный канал прямого воздействия на покупателя в точке продаж.

Вывод: Реклама выполняет функцию триггера немедленной покупки, информируя о ценах и акциях, а не формируя имидж бренда. Основной упор делается на ATL-инструменты (ТВ, радио, наружная реклама), ориентированные на аудиторию 35+, хотя digital-каналы показывают наивысшую отдачу (ROMI 3,5x против 2,1x у ТВ при доле бюджета всего 25%). VTL-инструменты (акционные ценники, дисплеи, аудиореклама в зале) являются ключевым элементом коммуникации непосредственно в точке продаж. Это указывает на нерациональную структуру медиамикса, характерную для традиционного ритейла.

Проведем анализ эффективности рекламы для АО «Тандер». Для этого предлагается использовать систему показателей, приведенных в таблице 2.

Таблица 2 – Метрики эффективности рекламы и их значимость

Метрика	Как считается	Почему важна	Значения (%)
CTR (Click-Through Rate) – показатель кликабельности	Клики по пушу / количество отправок	50%+ – отлично, ниже 25% – провал	46
Conversion Rate (в покупку) – коэффициент конверсии	Переход по рекламе → покупка в магазине	33–45% – план	30
SOV (Share of Voice) – доля голоса	Магнит vs Пятёрочка vs Дикси в наружной	Доля рекламного присутствия на полке	20
SLC (Share of Loyal Customers) – доля лояльных покупателей	Количество лояльных покупателей / Общее количество покупателей*100%	Необходимо понимать долю лояльных клиентов в общем количестве клиентской базы, т.к. именно лояльные клиенты генерируют 80% выручки компании.	43

Расчет эффективности рекламы:

1. Click-Through Rate (CTR) (1):

$$CTR = \frac{K_k}{K_p} \times 100\%, \quad (6)$$

где CTR – показатель кликабельности;

K_k – кол-во кликов, по рекламному сообщению;

K_p – кол-во показов.

$$CTR = \frac{230\,000}{500\,000} \times 100\% = 46\%, \quad (7)$$

CR (Conversion Rate) (3):

$$CR = \frac{K_z}{K_k} \times 100\%, \quad (8)$$

где CR – коэффициент конверсии (%);

K_z – кол-во переходов, закончившиеся покупкой.

$$CR = \frac{70\,000}{230\,000} \times 100\% = 30\% \quad (9)$$

SOV (Share of Voice):

$$SOV = \frac{P_{нар}}{P} \times 100\%, \quad (10)$$

где SOV – доля голоса (%);

$P_{нар}$ – рекламный бюджет в наружной рекламе (руб.);

P – суммарный рекламный бюджет конкурентов в наружной рекламе (руб.).

$$SOV = \frac{3\,400\,000}{17\,000\,000} \times 100\% = 20\%, \quad (11)$$

Доля рекламного присутствия компании «Магнит» на полке/в медиа составляет 20%.

SLC (Share of Loyal Customers):

$$SLC = \frac{Kл}{Kп} \times 100\%, \quad (12)$$

где SLC – доля лояльных покупателей;

Kл – количество лояльных покупателей (тыс.чел./год);

Kп – общее количество покупателей (тыс.чел./год).

$$SLC = \frac{80\,000}{190\,000} \times 100\% = 42\% \quad (13)$$

Выводы по метрикам эффективности рекламы

Сильные стороны системы:

– Высокий CTR (46%) свидетельствует о хорошей релевантности рекламных сообщений.

– SLC (42%) являются лояльными покупателями.

Слабые стороны и точки роста:

– Conversion Rate (30%) не достигает планового значения (33–45%), что указывает на разрыв между рекламным обещанием и реальным опытом покупки.

– Низкий SOV (20%) в наружной рекламе при её низкой эффективности (ROMI 1,6x) говорит о нерациональном распределении медиабюджета.

– Текущая структура медиамикса не соответствует принципу максимизации ROMI: digital-каналы с высокой отдачей (3,5x) недофинансированы (25% бюджета), а традиционные каналы с низкой эффективностью (ТВ – 2,1x, ОOH – 1,6x) потребляют более половины бюджета.

Рекомендация: Для повышения общей эффективности рекламных инвестиций необходимо перераспределение медиабюджета в пользу digital-каналов, что позволит:

– Увеличить общий ROMI с 2,3x до 3,0–3,5x.

– Повысить Conversion Rate за счёт более точного таргетинга и персонализации.

– Достичь целевых показателей CTR (50%+) и конверсии (33–45%) при сохранении или увеличении LTV.

Проведённый анализ маркетинговой стратегии «Магнит у дома» позволил выявить следующие ключевые моменты:

– Программа лояльности является основным драйвером роста: все показатели (активные пользователи, доля покупок по карте, средний чек, частота визитов) растут, что подтверждает её эффективность.

– Ценовая стратегия Hi-Lo имеет двойной эффект: с одной стороны, привлекает покупателей и даёт высокий ROMI (1:4,2), с другой – приводит к высокой доле промо-продаж (45%), риску снижения маржинальности и росту числа «фрирайдеров» (25–30%), которые не формируют долгосрочной лояльности.

– Структура выручки демонстрирует тренд на трейд-даун: рост доли СТМ (+6,2%) при стагнации категории «мясо и птица» (-1,8%) указывает на переход потребителей в более дешёвый сегмент, что требует укрепления качества СТМ.

– Медиамикс нерационален: цифровые каналы, показывающие наивысшую эффективность (ROMI 3,5x), занимают лишь 25% бюджета, тогда как традиционные каналы с низкой отдачей (ТВ, ООН) потребляют 53% средств.

– Выявлены стратегические разрывы: цифровое отставание от конкурентов (отсутствие omnichannel single-view), размытое ценовое позиционирование («ловушка среднего»), недостаток персонализации и слабое вовлечение молодой аудитории.

Рекомендации по оптимизации: перераспределение медиабюджета в пользу digital, внедрение AI-персонализации, развитие геймификации и многоуровневой программы лояльности, а также чёткий выбор стратегического позиционирования между ценовым лидерством и дифференциацией через качество.

А.В. Шашина, А.Н. Цветков, студ.;
рук. М.В. Бутырина, к.филос.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)

ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ВЕДЕНИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ

Деловые переговоры нужны, чтобы заключать выгодные сделки, строить долгосрочные партнерские отношения, решать конфликтные ситуации и искать нестандартные решения, которые устроят все стороны.

Для современного бизнеса, переговоры являются не только инструментом заключения сделок, а также важным аспектом создания долгосрочной стоимости и устойчивого конкурентного преимущества. Целью успешных переговоров является, с одной стороны, достижение конкретных, измеримых экономических результатов, а с другой – укрепление и сохранение партнерских отношений для будущего сотрудничества. Однако традиционные подходы, основанные на соперничестве, часто приводят к невыгодным проигрыш-проигрышным результатам, разрушая ценность сделки и доверие между собеседниками. Эффективность переговоров сдерживается недостаточной подготовкой, неумением выявлять истинные интересы оппонента и игнорирование интересов другой стороны, что ведёт к скрытому сопротивлению и срыву договорённостей.

Для того чтобы повысить эффективность деловых переговоров и достигнуть максимально выгодного решения для себя и оппонента, нужно выделять следующие шаги.

1. Применение метода принципиальных переговоров. Он предполагает отделение людей от проблемы, фокусировку на интересах, а не на позициях, поиск выгодных вариантов, как для вас, так и для оппонента, настаивание на объективных критериях и создания многих видов принятия решения.

2. Тщательная подготовка и количественный анализ на этапе планирования переговоров. Здесь выделяются содержательная и организационная (определение и согласование места, времени, даты, предмета и регламента переговоров, состава переговорщиков и пр.) части. Именно на этом этапе четко формулируется конкретная цель переговоров и определяются возможные сценарии, включая определение собственной наилучшей альтернативы переговорного решения и зону возможного соглашения (диапазон условий, в котором сделка удовлетворяет интересы обеих сторон), а также оценку вероятных интересов и ограничений оппонента.

3. Активное использование интегративной стратегии, направленной на увеличение удовлетворения интересов обеих сторон. Участники должны стать партнерами и совместно принять решение для заключения максимально выгодного для всех участников переговоров. Это достигается через обмен ресурсами или технологиями.

4. Развитие эмоционального интеллекта и коммуникативных навыков участников переговорного процесса для управления собственными эмоциями, распознавания эмоций партнера и построения доверия, что снижает напряженность между собеседниками.

5. Внедрение в корпоративную культуру практики пост-переговорного анализа для фиксации успешных тактик, выявления оши-

бок и постоянного совершенствования переговорных компетенций сотрудников.

6. Процесс ведения переговоров. Он разделяется на стадии (фазы): начальная, аргументы и контраргументы, принятие решения. Здесь особое значение имеют такие составляющие, как владение речью, умение не только слушать, но и слышать других.

Эффективность деловых переговоров заключается не в победе над оппонентом, а в достижении взаимной выгоды, сохранении долгосрочного партнерства. Успех переговоров зависит от системного подхода, где жесткие позиции умело сочетаются с гибким поиском скрытых интересов сторон.

Библиографический список

1. Резник С.Г., Гришин Д.В. Мастер переговоров. Игра по твоим правилам. – М., 2016. – 272 с.
2. Фишер Р., Юри У., Пэттон Б. Переговоры без поражения. Гарвардский метод. – М., 2019. – 264 с.
3. Ятманова М. Г. Ведение переговоров. Стратегии и тактики: учеб.-метод. пособие. – СПб., 2012. – 92 с.

*К.А. Широкова, студ.; рук. М.В. Мошкарина, к.э.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИИ «АЭРОФЛОТ»

ПАО «Аэрофлот» — флагманский авиаперевозчик РФ, основанный в 1923 году, с головным офисом в Москве (Шереметьево). В Группу входят авиакомпания «Россия», «Победа» и сервисный центр «Аэрофлот Техникс». Поскольку авиация относится к наиболее углеродоёмким видам транспорта, экологическая ответственность является приоритетным направлением КСО компании, а ключевой принцип — снижение негативного воздействия на окружающую среду при одновременном росте объёмов перевозок.

Основой экологической стратегии «Аэрофлота» выступает целенаправленное обновление авиапарка. Компания выводит из эксплуатации устаревшие лайнеры, такие как Boeing 737 Classic и Airbus A319 первого поколения, и внедряет высокоэффективные самолёты: Airbus A320neo, обеспечивающий на 20% меньший расход топлива, A350 XWB с сокращением выбросов CO₂ на 25%, а также Superjet-100, оптимизированный для региональных перевозок [1]. К 2024–2025 годам доля современных

воздушных судов в парке превысила 82%, что позволяет экономить авиатопливо на 15–20% на каждый рейс и пропорционально снижать выбросы парниковых газов. Согласно рейтингу Forbes (2025 год), за период с 2022 по 2024 год удельные выбросы CO₂ сократились на 10% — до 74,5 грамма на пассажиро-километр, а удельное потребление авиатоплива — до 23,6 грамма [2].

Важным направлением является также снижение воздействия на земле. В аэропорту Шереметьево внедрена система «зелёного» руления: использование вспомогательных силовых установок вместо запуска основных двигателей при рулении, ожидании вылета и на стоянке позволяет сократить выбросы NO_x и CO₂ на земле до 40% за один цикл. Кроме того, компания перевела часть наземной спецтехники — электротягачи, трапы, перронные автобусы — на электродвигатели, а с 2023 года применяет систему централизованного кондиционирования воздуха на телетрапах, что исключает работу бортовых вспомогательных силовых установок во время посадки и высадки пассажиров [3].

Значительный вклад в экологическую эффективность вносит оптимизация маршрутов и полётных процедур. «Аэрофлот» использует динамическое планирование маршрутов с учётом ветровых режимов, температуры и загруженности воздушного пространства с помощью системы FMS и функции EFB [3]. Внедрены сокращённые взлётно-посадочные циклы — так называемое непрерывное снижение, позволяющее экономить до 200 килограммов топлива на одну посадку [2]. Совместно с Госкорпорацией по организации воздушного движения компания участвует в проекте «Зелёное небо», направленном на оптимизацию эшелонирования для снижения задержек и перерасхода топлива в плотных коридорах. По итогам 2024 года экономия топлива от маршрутной оптимизации составила 12,5 тысячи тонн, что эквивалентно снижению выбросов CO₂ на 39,4 тысячи тонн [3].

Отдельное направление экологической ответственности — программа «Ноль отходов. С 2022 года пластиковая посуда на борту полностью заменена на биоразлагаемую из бамбука и кукурузного крахмала, а на всех рейсах внедрена отдельная сортировка мусора: стекло, алюминий, пластик, бумага и органика собираются отдельно. В офисах и в «Аэрофлот Техникс» организован сбор отработанных масел, аккумуляторов и электроники. В результате доля отходов, направляемых на переработку, достигла 56% в 2025 году против 22% в 2021 году. Компания также отказалась от одноразовых пледов и подушек в эконом-классе, перейдя на многоразовые наборы с санитарной обработкой [2].

«Аэрофлот» активно работает над снижением авиационного шума и воздействием на биоразнообразие. Весь парк состоит из самолётов с дви-

гателями, соответствующими главе 14 стандартов ИКАО (наименьший допустимый уровень шума). В ночные часы с 23:00 до 06:00 применяются «тихие» процедуры взлёта и захода на посадку с увеличенной высотой над жилыми зонами. Проведённый акустический мониторинг в районе Шереметьево, Химок и Лобни не зафиксировал превышений предельно допустимых уровней шума. Кроме того, компания финансирует компенсационную высадку деревьев в зоне аэропорта (3000 саженцев за 2023–2024 годы) и поддерживает проект по сохранению популяции амурского тигра, включая безвозмездную авиаперевозку особей [3].

В области международных стандартов «Аэрофлот» участвует в системе CORSIA ИКАО по мониторингу, отчётности и верификации выбросов CO₂ на международных рейсах. С 2025 года начато тестирование смешанного устойчивого авиационного топлива (SAF) с долей до 30% на отдельных рейсах по маршрутам Москва — Санкт-Петербург и Москва — Калининград. В перспективе до 2030 года запланирован переход на 10% SAF от общего объёма заправок на дальнемагистральных направлениях. Компания также первой в России получила верификацию выбросов по стандарту ISO 14064-1 [2].

Благодаря всем перечисленным мерам «Аэрофлот» входит в категорию I (высший уровень) ESG-индекса российских компаний в промышленном секторе, занимает третье место среди авиакомпаний Восточной Европы по углеродной эффективности по версии CAPA (Centre for Aviation) и отмечен в рейтинге РБК «Ответственные инвесторы — 2025» как лидер по раскрытию экологической информации [3].

Что касается социальной и управленческой сфер КСО, они представлены в свёрнутом виде: социальный пакет включает льготные авиабилеты для сотрудников и членов их семей, добровольное медицинское страхование, корпоративную пенсионную программу и индексацию заработных плат до 20% в 2025 году, а управленческая составляющая выражается в публичной ESG-отчётности по стандартам GRI и наличии Совета по устойчивому развитию. Однако эти направления не являются предметом детального анализа в данной статье, поскольку экологическая ответственность остаётся доминирующей стратегией КСО «Аэрофлота».

Таким образом, корпоративная социальная ответственность ПАО «Аэрофлот» представляет собой целостную, измеримую и технологически обеспеченную экологическую стратегию. Реальные результаты — снижение удельных выбросов CO₂ на 10% за два года, переход на биоразлагаемую посуду, достижение 56% переработки отходов, внедрение устойчивого авиационного топлива и «тихих» полётных процедур — доказывают, что интенсивный рост авиаперевозок может сочетаться с последовательным уменьшением экологического следа. Достигнутые пока-

затели подтверждают лидерство «Аэрофлота» среди российских авиаперевозчиков по экологической ответственности [1].

Библиографический список

1. Аэрофлот. Охрана окружающей среды // Официальный сайт ПАО «Аэрофлот» [Электронный ресурс]. - URL: <https://ir.aeroflot.ru/ru/устойчивое-развитие/охрана-окружающей-среды/> (дата обращения: 19.04.2026).

2. Аэрофлот. Отчёты об устойчивом развитии 2023–2025 гг. // Официальный сайт [Электронный ресурс]. - URL: <https://ir.aeroflot.ru/ru/устойчивое-развитие/отчеты-и-результаты/> (дата обращения: 19.04.2026).

3. Группа «Аэрофлот». Отчёт о деятельности в области устойчивого развития за 2024 год // Официальный сайт ПАО «Аэрофлот» [Электронный ресурс]. - URL: <https://ir.aeroflot.ru/ru/устойчивое-развитие/отчеты-и-результаты/> (дата обращения: 21.04.2026).

СЕКЦИЯ 2

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИСТОРИИ

Председатель – к.и.н., доц. А.С. Хрипунов
Секретарь – к.и.н., доц. Т.В. Королева

*Н.С. Боков, студ.; рук. Т.В. Королёва, к.и.н., доц.
(ИГЭУ г. Иванова)*

МЕХАНИЗМЫ ГЕНОЦИДА В ДОНБАССЕ: ОТ НАЦИСТСКОЙ ОККУПАЦИИ 1941–1943 ГОДОВ К СОВРЕМЕННЫМ ПРЕСТУПЛЕНИЯМ ПРОТИВ МИРНОГО НАСЕЛЕНИЯ.

Трагедия мирного населения Донбасса не является случайным эпизодом вооруженного противостояния, а представляет собой системное повторение методов уничтожения, которые уже применялись в середине XX века. Жители региона дважды за неполное столетие — в 1941–1943 годах и в 2014–2025 годах — столкнулись с преднамеренным созданием условий, подпадающих под международное определение геноцида: «предумышленное создание жизненных условий, рассчитанных на полное или частичное уничтожение группы» [1].

Источниковую базу исследования составили две группы документов. Первая группа — первичные материалы нацистской оккупации: приказы и объявления из газеты «Донецкий вестник», докладная записка НКВД, предисловие к фотоальбому (1943 г.). Часть материалов опубликована в проекте «Без срока давности». Вторая группа — источники по современному периоду: публикации ТАСС и РИА Новости, заявления официальных лиц, отчеты ООН, Закон Украины № 2268-VIII (2018 г.) [2].

Если в 1940-х годах нацистская Германия рассматривала Донбасс как важнейшую промышленную базу, то в современный период юридическим оправданием дискриминации стал закон об «оккупированных территориях». Как указывается в ст. 1 Закона № 2268-VIII, «временно оккупированной территорией является территория, на которой вооруженные формирования... сделали невозможной реализацию органами государственной власти Украины своих полномочий». [2] Это позволило официально отрезать регион от социальных выплат, воды и электричества.

Сравнительный анализ показывает, что функциональные механизмы геноцида почти не изменились в своей сути.

Экономическое подавление в годы нацистской оккупации выражалось в тотальном изъятии ресурсов. В объявлении от 1 января 1942 г. предписывалось: «Все предприятия обязаны свои выручки... сдавать в Хозяйственный Банк» [3]. Из квартир «жидов и бежавших коммунистов» изымались «сотни столов, тысячи стульев, диванов, пианино» [4]. Этот механизм находит прямое отражение в современной экономической блокаде. 5 ноября 2014 года Украина ввела блокаду Донбасса. По данным уполномоченного по правам человека в ДНР Д. Морозовой, жители были лишены социальных выплат на сумму свыше 11 млрд гривен [5]. Эксперты назвали это «лишением семи миллионов людей воды, электроэнергии, тепла, работы» [6].

Принудительное передвижение и учета населения также демонстрирует преемственность. Приказ № 30 от 20 декабря 1941 г. устанавливал: «Все жители старше 16 лет... должны во всякое время иметь возможность предъявить документ, удостоверяющий личность» [7]. Пункт 2 гласил: «Тот, кто дает приют советским военным, будет расстрелян» [7]. Был введен комендантский час: «запретные часы от 19 часов вечера до 5 часов утра» [8]. На смену пришла система контрольно-пропускных пунктов (КПП). С 2015 года украинские власти ввели пропускной режим, создававший многокилометровые очереди и фактически лишавший жителей свободы передвижения [9].

Принудительный труд и фильтрация. Нацисты ввели трудовую повинность с 14 лет. По докладной записке НКВД, из Петровского района в Германию угнали 3028 человек, главным образом девочек и юношей [10]. В 2014 году и.о. министра обороны Украины М. Коваль заявил о создании фильтрационных лагерей для «проверки граждан, которые выезжают из региона» [11].

Физическое уничтожение. Докладная записка НКВД фиксирует: «Сабещак Василий брошен живым в шурф» [10]. На шахтах № 10 и № 1 в лагерях погибло от голода и избиения свыше 2000 человек [10]. Предисловие к фотоальбому подводит итог: нацистами было уничтожено «свыше 200 тысяч ни в чем не повинных советских граждан» [12]. В современный период — систематические обстрелы. 14 марта 2022 года ударом «Точки-У» по центру Донецка убиты 23 человека, ранены 18 [13]. 21 января 2024 года обстрел рынка в Донецке унес жизни 27 человек [14]. По данным ООН, с 2014 по 2021 год в Донбассе погибло не менее 3 901 гражданского лица [15]. В Мариуполе в 2022 году подтверждена гибель 1348 человек, их них — 70 детей [16].

В заключение следует отметить, что Донбасс дважды стал мишенью из-за своего особого статуса крупнейшего промышленного центра и региона, сохранившего верность своей культуре и языку. Исследование подтверждает, что механизмы воздействия на население в оба периода идентичны по своим целям и последствиям. Таким образом, гибель мирных жителей Донбасса — это результат реализации системной геноцидальной стратегии в исторической динамике, направленной на физическое и моральное подавление населения региона.

Библиографический список

1. Конвенция о предупреждении преступления геноцида и наказании за него (принята резолюцией 260 (III) Генеральной Ассамблеи ООН от 9 декабря 1948 г.). – ООН, 1948.
2. Закон Украины № 2268-VIII от 18 января 2018 г. «Об особенностях государственной политики по обеспечению государственного суверенитета Украины на временно оккупированных территориях в Донецкой и Луганской областях». – URL: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=104612 (дата обращения: 29.04.2026).
3. Объявление оккупационных властей от 1 января 1942 г. // Донецкий вестник. – 1942. – № 1 (15). – С. 4.
4. Долгов Ф.А. Жилища приводятся в порядок // Донецкий вестник. – 1941. – № 11. – С. 3.
5. Морозова Д. Украина незаконно лишила жителей ДНР и ЛНР соцвыплат на сумму свыше 11 млрд грн // ДАН. – 2021. – 20 апреля. – URL: <https://dan-news.ru> (дата обращения: 29.04.2026).
6. Блокада Донбасса привела к катастрофе на Украине // Московский комсомолец. – 2017. – 16 марта. – URL: <https://www.mk.ru/economics/2017/03/16/blokada-donbassa-privela-k-katastrofe-na-ukraine-ona-poteryaet-milliardy.html> (дата обращения: 29.04.2026).
7. Приказ № 30 Юзовской городской управы от 20 декабря 1941 г. // Константиновский вестник. – 1941. – № 12 (24).
8. Извещение о комендантском часе // Донецкий вестник. – 1942. – № 4 (18). – С. 4.
9. Киев планирует ввести пропускной режим в Донбассе с 21 января // ТАСС. — 2015. — 14 января. — URL: <https://tass.com/world/771160> (дата обращения: 29.04.2026).
10. Докладная записка начальника 8-го отделения НКВД г. Сталино Щербанюка. 27 октября 1943 г. // ГА ДНР. Ф. Р-1838. Оп. 1. Д. 39. Л. 33-36.
11. Черкасов А. «Мемориал»: Фильтрационные лагеря — это худший вариант для Украины // Правда.ру. – 2014. – 11 июля. – URL: <https://www.pravda.ru/news/expert/1215756-cherkasov/> (дата обращения: 29.04.2026).
12. Предисловие к фотоальбому о злодеяниях в Сталинской области. 1943 г. // ГА ДНР. Ф. Ф. Инв. № 52. Л. 1.
13. Украина применила по Донецку «Точку-У» с кассетным боезарядом // ТАСС. – 2022. – 14 марта. – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/14064219> (дата обращения: 29.04.2026).
14. Что известно об обстреле рынка в Донецке со стороны ВСУ // ТАСС. – 2024. – 21 января. – URL: <https://tass.ru/proisshestviya/19779207> (дата обращения: 29.04.2026).
15. ООН зафиксировала более 3,9 тыс. погибших мирных жителей в Донбассе с 2014 года // ТАСС. – 2025. – 12 февраля. – URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/23103787> (дата обращения: 29.04.2026).
16. «Трагедия Мариуполя далека от завершения» // Новый Проспект. – 2022. – 17 июня. – URL: <https://newprospect.ru/news/aktualno-segodnya/tragediya-mariupolya-daleka-ot->

*А.М. Баруздин, студ.; рук. Т.В. Королёва, к.и.н., доц.
(ИГЭУ г. Иваново)*

ПРЕСТУПЛЕНИЯ ПРОТИВ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ В УСЛОВИЯХ ОККУПАЦИИ: НА МАТЕРИАЛАХ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ (1941–1944 гг.)

Великая Отечественная война стала одной из самых трагических страниц истории СССР. По современным подсчётам, общие людские потери Советского Союза составили около 26,6 млн человек, значительную часть которых составляло мирное население [1]. Ленинградская область находилась под оккупацией с лета 1941 по лето 1944 г.; из 72 районов 51 был оккупирован полностью и 12 – частично. В октябре 2022 г. Ленинградский областной суд признал действия немецко-фашистских войск на территории региона геноцидом советского народа [2]. Особо уязвимой категорией в условиях оккупационного режима являлись дети и подростки. Цель исследования – на основе архивных документов и свидетельств очевидцев выявить характер, формы и масштабы преступлений против несовершеннолетних, показав, что уничтожение детей было не побочным эффектом войны, а целенаправленной политикой.

Источниковую базу составили материалы Государственного архива Новгородской области (ГАО), Центрального государственного архива Санкт-Петербурга (ЦГА СПб), документы проекта «Без срока давности» и воспоминания очевидцев [3–8]. Особую ценность представляют акты Чрезвычайной государственной комиссии, составленные непосредственно после освобождения территорий.

Анализ документов позволяет выделить несколько категорий преступлений против детей.

1. Массовые расстрелы и карательные операции. Уже в начале оккупации гитлеровцы перешли от единичных казней к массовым убийствам. В армейском политдонесении после освобождения Пскова описан случай, когда фашист выстрелом в живот убил ребёнка на руках у матери. В псковской тюрьме действовали специальные камеры для детей – в камере № 13 содержалось 13 детей от 2 до 14 лет. После освобождения Пскова в районе салотопенного завода обнаружено 19 детских трупов от 3 до 12 лет и 104 детских пальто для возраста до пяти лет [3]. Еврейских и цыганских детей истребляли поголовно: в Невеле расстреляно около 2000

евреев, включая грудных детей; в Васильковичах – 72 цыгана, из них более 20 детей; в Пушкиногорском районе – свыше 70 цыган, в том числе 6 грудных и 17 детей до 6 лет [4].

2. *Сожжение деревень вместе с жителями.* Нацисты применяли тактику «выжженной земли». 27 ноября 1943 г. в деревне Красуха Порховского района заживо сожжено, заколото штыками или расстреляно 280 человек, включая грудных детей. 22 октября 1943 г. сожжена деревня Ланева Гора – 65 жертв, из них 3 грудных и 29 детей до 14 лет. Только на территории Псковщины (входившей в состав Ленинградской области) уничтожено 5082 деревни, каждая пятая не возродилась [5].

3. *Голод как метод уничтожения.* В оккупированных городах дети-иждивенцы получали 150–200 г хлеба в сутки [6]. В Мгинском доме инвалидов на 40 человек выдавалось 2 кг муки в день – около 50 г на человека; заведующая ежедневно сообщала бургомистру о смерти детей от недоедания [7]. Жительница Киришского района вспоминала: «Мы ходили в поле, искали неубранную капусту. Научились у немцев просить хлеба» [8].

4. *Принудительный труд и депортация.* Подростков с 14–15 лет отправляли на оборонные работы под бомбёжками. В Свирском монастыре (Лодейнопольский район) расстреляны два 14-летних мальчика за то, что голодные съели собаку переводчицы. Всего из районов Псковщины угнано в Германию 13,5 тыс. детей [5].

5. *Использование детей как доноров крови.* В детском концлагере в Вырице (1942 г.) от истощения, болезней и принудительного забора крови погибло не менее 200 детей. Свидетель Александр Рослов: «У меня кровь не брали, но моя сестра Лена... умерла там. Говорила: "У меня уже и крови нет, а они всё берут"». Медицинские журналы лагеря пестрят диагнозами: «слабый», «сильное истощение» [9].

6. *Преступления союзников Германии.* Финны сбрасывали с самолётов взрывающиеся детские игрушки – только в посёлках Лисий Нос и Каупилово погибло 36 детей [10]. Испанский офицер «Голубой дивизии» беспричинно застрелил девочку в деревне Курицко.

7. *Уничтожение детских домов.* В Торковичах сожжено 20 детей, 10 замерзло на улице. В Луге полицаи отобрали 149 девочек и 22 мальчика, отправили в Эстонию в лагерь, где детей били палками и заставляли работать наравне со взрослыми [11].

Вывод. Приведённые факты – не отдельные случаи жестокости, а звенья единой системы геноцида, реализованной нацистами и их пособниками. Детей уничтожали через голод (минимальные пайки), расстрелы (в том числе грудных), сожжение деревень вместе с жителями, лагеря доноров, принудительный труд и депортацию. Судебные решения 2020–2022

гг. (Солецкий районный суд, Ленинградский областной суд) официально признали эти деяния геноцидом советского народа. Память о десятках тысяч замученных детей требует сохранения исторической правды и недопущения повторения подобных преступлений в будущем.

Библиографический список

1. Россия и СССР в войнах XX века: статистическое исследование / под общ. ред. Г. Ф. Кривошеева. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2001. – 608 с.
2. Решение Ленинградского областного суда от 10 октября 2022 г. по делу о признании преступлений немецко-фашистских захватчиков на территории Ленинградской области геноцидом советского народа.
3. Армейское политдонесение после освобождения Пскова // ГАПО. Ф. Р-2379. Оп. 1. Д. 30. Л. 10–13; Акт о злодеяниях в псковской тюрьме // ГАПО. Ф. Р-903. Оп. 3. Д. 111. Л. 66–76.
4. Акт о расстреле цыган в Васильковичах // ЦГА СПб. Ф. Р-9421. Оп. 1. Д. 180; Акт о расстреле цыган в Пушкиногорском районе // ГАРФ. Ф. Р-7021. Оп. 39. Д. 336.
5. Книга памяти. Псковская область. Т. 17. Псков, 1995. С. 304–305; Т. 18. Псков, 1996. С. 177.
6. Документы о нормах выдачи хлеба в Великих Луках // ГАПО. Ф. Р-1691. Оп. 8. Д. 10 В.
7. Акт о Мгинском доме инвалидов // ЦГА СПб. Ф. Р-3355. Оп. 1. Д. 1. Л. 15.
8. Иванова И.А. За блокадным кольцом. – СПб., 2010. – С. 420.
9. Документы о детском лагере в Вырице // ЦГА СПб. Ф. 3355. Оп. 10. Д. 69, 75, 82; Бакулин А.А. Детский концлагерь в Вырице // Проза.ру. URL: <https://proza.ru/2018/05/03/698>.
10. Акт о преступлениях финнов в Парголовском районе // ЛОГАВ. Ф. Р-407. Оп. 1. Д. 141.
11. Акт о сожжении детского дома в Торковичах // ГАНИНО. Ф. 176. Оп. 5. Д. 13; Свидетельство С.В. Рысева о депортации детей из Луги // ЦГА СПб. Ф. 9421. Оп. 1. Д. 131.

*М.А. Говоруха, А.М. Орлова, студ.; рук. А.С. Хрипунов, к.и.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРЕСТУПЛЕНИЯ ФАШИСТСКИХ ОККУПАНТОВ ПРОТИВ МИРНОГО НАСЕЛЕНИЯ СССР В ПЕРИОД ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ (НА МАТЕРИАЛАХ ДОНБАССА)

Вопрос о признании геноцида советского народа в годы Великой Отечественной войны в последние годы приобрёл особую остроту. В рамках всероссийского проекта «Без срока давности», запущенного в 2019 году, ведётся активная работа по выявлению и публикации архивных документов о преступлениях нацистов против мирного населения СССР [1]. Донбасс занимает в этой работе особое место. Оккупация региона продолжа-

лась 22 месяца – с октября 1941 по сентябрь 1943 года. Промышленное значение Донбасса (60% добычи угля и 50% выплавки металла в СССР) определяло его роль в планах Третьего рейха. Как отмечал Э. Манштейн, Гитлер считал, что «от овладения этой территорией будет зависеть исход войны» [2]. Это предопределило крайнюю жестокость оккупационной политики.

Целью работы является выявление основных направлений политики геноцида нацистских оккупантов и их пособников на территории Донбасса в 1941-1943 гг. на основе материалов проекта «Без срока давности». Для достижения цели поставлены следующие задачи: охарактеризовать основные методы уничтожения мирного населения; выявить масштабы истребления советских военнопленных; показать преступления против детей и душевнобольных; проанализировать систему угона населения на принудительные работы в Германию; определить виновных в совершённых преступлениях.

Источниковая база исследования представлена сборниками «Без срока давности. Преступления нацистов и их пособников против мирного населения на оккупированной территории в годы Великой Отечественной войны» по Донецкой Народной Республике (2024) и Луганской Народной Республике (2024) [3; 4]. В этих изданиях впервые в столь полном объёме опубликованы акты Чрезвычайной Государственной Комиссии (ЧГК), протоколы допросов свидетелей, заявления граждан, докладные записки сотрудников НКВД, приказы оккупационных властей, письма угнанных в Германию советских граждан, фотодокументы. Всего в сборник по ДНР вошло 150 документов, извлечённых из фондов ГА ДНР, ГА РФ, РГВА. В сборник по ЛНР – 155 документов из ГА ЛНР, ГА РФ, ЦГА СПб, РГАСПИ [3, с. 6-13; 4, с. 6-14]. Теоретическую основу исследования составили работы А.А. Панарина [1], А.С. Саенко [5], а также книга Е.Н. Яковлева «Война на уничтожение. Третий рейх и геноцид советского народа» [6], в которой убедительно показано, что агрессия Германии против СССР была не просто войной, а «войной на уничтожение», колониальной войной, целью которой являлось физическое истребление славянских народов.

Анализ опубликованных документов позволяет сделать вывод, что политика геноцида в Донбассе носила системный и повсеместный характер. Наиболее массовым способом уничтожения людей стало сбрасывание в шурфы шахт. Согласно акту специальной комиссии, шахта N 4-4 бис в поселке Калиновка под Сталино стала местом гибели не менее 75 тысяч человек. В акте зафиксировано: «В указанную шахту сброшено около 75 тыс. человек. При извлечении из шахты 150 трупов, которые удалось родственникам опознать, остальные опознать не удалось ввиду

того, что немцы, боясь ответственности, и чтобы скрыть полностью следы своих зверских расправ, в шахту бросили каустическую соду, которая ускорила разложение трупов» [3, с. 60]. Аналогичная картина наблюдалась на других шахтах региона. В показаниях свидетеля Ячменова, бывшего полицейского, участвовавшего в казнях, говорится: «Я вывез на легковой машине в шахту N 4-4 "бис" 3-х детей... у самого ствола старший стал упираться и, рыдая, просить: "Дядечка, не стреляйте в меня!" Переводчик Борис выстрелил в него из револьвера, и труп полетел в ствол. Третьего, самого маленького, переводчик Борис схватил в охапку и бросил живым в ствол шахты» [3, с. 113]. Свидетель также показал, что «грудных детей, а также детей в возрасте 5-6 лет матери брали на руки и с ними подходили к стволу шахты; немцы расстреливали одновременно мать и ребенка» [3, с. 113].

Особую жестокость нацисты проявляли по отношению к душевнобольным. 20 ноября 1941 года в 4-й психиатрической больнице в Красногвардейском районе Луганской области за один день было уничтожено 850 пациентов с помощью смертельных инъекций. Из показаний свидетеля Степановой: «Рано утром 20 ноября 1941 г. бывший заразный барак, так называемый павильон "Д", был оцеплен кругом немецкой охраной. Больных группами под охраной немецких солдат уводили в этот павильон. Там больным были произведены подкожные уколы с отравляющим препаратом. Больные тут же умирали. Таким зверским способом в один день 20 ноября 1941 г. было умерщвлено около 850 человек больных» [4, с. 6]. В показаниях врача-пособника Богомолова П.И. говорится: «Я лично сделал уколы не менее чем 200 человек. Каждому больному для того, чтобы его умертвить, я вливал по 5 кубиков. После укола человек умирал через 5-10 минут» [4, с. 6]. Аналогичные преступления совершались в психиатрической больнице в Сталино (Донецке). Сторож больницы Погорелов И.Ф. показывал, что в апреле 1942 года к больнице подъехали четыре легковые машины и один большой крытый грузовик – «душегубка». Больных погрузили в машину и вывезли в неизвестном направлении. «Когда я зашел в помещение, где лежали больные, то увидел около 2 или 3 кроватей виднелись пятна крови» [3, с. 260-261].

Массовое уничтожение еврейского населения также задокументировано в сборниках. В Артемовске, согласно акту ЧГК от 14 сентября 1943 года, нацисты замуровали заживо в туннеле алебастрового завода более 3 тысяч человек, преимущественно евреев. «После вскрытия этого отверстия обнаружено продолжение туннеля, заканчивающегося широкой, овальной камерой. Вся камера оказалась заполненной трупами мужчин, женщин и детей, расположенных на полу в несколько слоев» [3, с. 104-105]. Комиссия установила, что из 812 извлечённых трупов «740 трупов

женского пола, 50 мужского и 22 детского». У некоторых трупов были «признаки насильствования» [3, с. 106]. По свидетельству очевидцев, детей перед убийством смазывали губы ядом, чтобы не возиться с каждым. В приказе полевой комендатуры г. Юзовка (Сталино) от 7 декабря 1941 года еврейское население облагалось штрафом в 800 тысяч марок (8 миллионов рублей) «за участие в саботаже и грабежах». Штраф должен был быть собран еврейской общиной в три срока [3, с. 185-186].

Дети стали одной из самых уязвимых жертв нацистского террора. В Макеевке действовал приют «Призрение», куда оккупанты согнали сирот и детей, чьи родители погибли или были угнаны в Германию. Самому маленькому воспитаннику было 6 месяцев, самому старшему – 12 лет. У детей систематически брали кровь для немецких госпиталей, находившихся в Рудничной больнице. Как отмечает А.С. Саенко, в результате преступных действий нацистов в приюте погибли более 300 детей [5, с. 36]. В апреле 1943 года в Попасненском районе оккупанты принудили детей 12-15 лет разминировать Рубежанский лес. В результате взрывов мин погибли 13 детей, 35 получили тяжёлые ранения и увечья, 23 были ранены легко. В акте от 23 февраля 1944 года перечислены имена погибших: «Андриянова Люба, Фомина Зина, Клименко Лариса, Голобова Дуся, Караулов Коля, Пляшингер Роза» – фамилии остальных семи погибших детей установить не удалось [4, с. 205].

Советские военнопленные также подвергались массовому уничтожению. На территории Донбасса действовала сеть концентрационных лагерей: в Сталино (на территории клуба им. Ленина и центральной поликлиники), в Макеевке, в Горловке, в Рубежном. В докладной записке начальника УНКВД по Сталинской области отмечается, что «только в одном лагере военнопленных на территории клуба им. Ленина погребено до 30 тысяч человек» [3, с. 299]. Свидетель Морозов В.Т., работавший банщиком в лагере, показывал: «В морозные дни в 30 и более градусов мороза пленные содержались под открытым небом. Кормили пленных сначала один раз в день, затем два раза в день – буряковым наваром или просом. Во время раздачи пищи немцы избивали пленных. При мойке пленных в бане особенно истязали: раздевали наголо и мыли спины железными щетками до крови» [3, с. 289-290]. В акте комиссии по Петровскому району г. Сталино от 7 января 1944 года сообщается, что единовременная вместимость двух лагерей (на шахте N 1 им. Челюскинцев и шахте N 10 «Чекист») достигала 13 тысяч человек, а всего через них прошло до 77 тысяч военнопленных. «За период с августа 1942 г. по сентябрь 1943 г. военнопленные содержались на голодном пайке, получая 3-5 ложек запаренной ржи в день. Ежедневная смертность доходила до 200 человек» [3, с. 285-286].

Система угона населения на принудительные работы в Германию носила массовый характер. По сводным данным ЧГК, из Сталинской области было угнано более 252 тысяч человек, из Ворошиловградской – более 173 тысяч [3, с. 35; 4, с. 35]. В докладной записке начальника УНКВД по Сталинской области от 28 октября 1943 года сообщается: «Трудоспособное население угонялось в немецкую каторгу. Немцы устраивали облавы на базарах, дорогах и в поле, насильно сажали в машины и увозили в Германию. Из Ворошиловградской области было угнано 3028 человек только одной партией» [3, с. 197-198]. Условия этапирования и содержания были нечеловеческими. В опросных листах, возвратившихся из неволи, содержатся многочисленные свидетельства. Леонов Эдуард Михайлович, угнанный из Ворошиловграда в 1942 году, показывал: «Работал чернорабочим по 16 часов в день. Получал 20 марок в месяц. Кормили скудно: хлеба 250 граммов, 15 граммов маргарина и тарелку супа "баланды". Жили в бараке по 60 человек, спали на нарах на соломенном матраце. За 3 года пребывания в Германии никакой одежды не получал. За побег был избит в тюрьме. Был свидетелем, когда били и убивали за то, что человек шатался от усталости» [4, с. 211-212]. Фесенко Мария Ивановна, угнанная из Ворошиловграда в 1942 году, показывала: «За то, что один день не вышла на работу больная, били. За то, что плохо работаешь, тоже били, если плана не выполнишь. За разговор с пленными русскими ребятами хозяйка ударила меня в лицо» [4, с. 213-214].

Виновными в совершённых преступлениях были не только высшее руководство Германии, но и конкретные исполнители – офицеры вермахта, начальники гестапо, коменданты городов, бургомистры, а также их пособники из числа местных коллаборационистов. В газете «Правда» от 13 ноября 1943 года опубликован список из 55 фамилий, включающий: «хозяйственного руководителя групп армий Нагеля, бывших комендантов города Сталино полковника Петерса и подполковника Ленца, начальников гестапо оберштурмфюреров Моора и Леунштейна, коменданта города Краматорска лейтенанта Мойшке, комендантов города Макеевка Фоглера и майора Фукса, коменданта города Артемовска фон Цобеля, бургомистра Эйхмана» [3, с. 108-109]. Из числа местных пособников в актах упоминаются начальник районной полиции Стариков, начальник жандармерии Кадацкий, бургомистр Петушков, староста сельуправы Гречко и другие [3, с. 281-282; 4, с. 170]. Часть из них была поймана и казнена, многие бежали с отступающими немецкими войсками и избежали наказания.

Завершая анализ, необходимо привести итоговые цифры. По данным сборников, в Донецкой области нацистами было уничтожено 174 416 мирных жителей. В Луганской области уничтожено 73 510 человек, из

них 24 881 ребёнок, 62 738 женщин и 28 118 мужчин. Общий материальный ущерб народному хозяйству Ворошиловградской области составил 17 420 206 900 рублей в ценах 1926-1927 годов [4, с. 35-36].

Таким образом, проведённый анализ документальных материалов сборников «Без срока давности» неопровержимо доказывает, что нацистская оккупация Донбасса была политикой геноцида советского народа. Массовые расстрелы, сбрасывание в шахты, умерщвление в газвагенах, уничтожение детей и душевнобольных, истребление военнопленных, угон в рабство – все эти преступления задокументированы, имеют конкретные цифры, имена жертв и имена палачей. Сохранение исторической памяти об этих событиях является необходимым условием противодействия попыткам пересмотра итогов Второй мировой войны и возрождения нацистской идеологии, что особенно актуально в современных условиях.

Библиографический список

1. Панарин А.А. Геноцид советского народа в отражении исторической памяти о Великой Отечественной войне // Вестник Армавирского государственного педагогического университета. 2020. N 4. С. 75-90.
2. Манштейн Э. Утерянные победы. М.: АСТ, 2014. 784 с.
3. Без срока давности: преступления нацистов и их пособников против мирного населения на оккупированной территории в годы Великой Отечественной войны. Донецкая Народная Республика / отв. сост. Е.П. Малыхина, С.Е. Павленко. М.: Фонд "Связь Эпох", 2024. 318 с.
4. Без срока давности: преступления нацистов и их пособников против мирного населения на оккупированной территории в годы Великой Отечественной войны. Луганская Народная Республика / отв. сост. Е.П. Малыхина, С.Е. Павленко. М.: Фонд "Связь Эпох", 2024. 323 с.
5. Саенко А.С. Нацистская политика геноцида в оккупированном Донбассе (1941-1943 гг.) // Наука. Общество. Оборона. 2023. Т. 11. N 3. С. 34.
6. Яковлев Е.Н. Война на уничтожение. Третий рейх и геноцид советского народа. 2-е изд., перераб., доп. СПб.: Питер, 2021. 448 с.

*В.А. Горожанцев, студ.; рук. Т.В. Королёва, к.и.н., доц.
(ИГЭУ г. Иваново)*

ПОЛИТИКА ГОЛОДА КАК МЕТОД ГЕНОЦИДА МИРНОГО НАСЕЛЕНИЯ НА ОККУПИРОВАННОЙ ТЕРРИТОРИИ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ (ИЮЛЬ 1942 - ФЕВРАЛЬ 1943 ГГ.)

Долгое время преступления нацистов против мирного населения СССР изучались фрагментарно, уступая место военной истории. Ситуация изменилась с проектом «Без срока давности», рассекретившим тысячи архивных документов: «только в 2020-2021 годах выявлено порядка 7000 документов из 80 архивов» [21]. В 2023 году Воронежский областной суд признал действия оккупантов геноцидом: погибло более 198 300 мирных граждан, около 77 000 угнаны в рабство, материальный ущерб - свыше 11,7 трлн рублей [20]. Однако голод на оккупированных территориях до сих пор нередко трактуется как «побочное следствие войны». Архивные документы опровергают это: голод был сознательно применяемым оружием. Задача исследования - выявить механизмы, через которые нормативные акты, продовольственные поборы, лагеря и повседневный террор обрекали людей на смерть именно в Воронежской области.

В работе использованы документы разных типов, что позволяет проводить перекрёстную проверку. Акты Чрезвычайной государственной комиссии (ЧГК) и районных комиссий [4,7,8,9,10,13,14,15,16] составлялись сразу после освобождения, фиксировали имена, даты и места, подписывались очевидцами - их достоверность высока. Приказы оккупационных властей [1,2,3] - официальные документы нацистской администрации, публиковавшиеся в газете «Острогожский листок»; они показывают «политику голода» с управленческой стороны. Докладные записки партийных органов [5,6] писались по горячим следам и содержат обобщающие цифры. Показания очевидцев [11,12,17,18] субъективны, но при сопоставлении с актами и приказами становятся надёжным источником о повседневных практиках насилия. Решение суда 2023 года [20] придаёт исследованию юридическую силу.

Политика уничтожения славянского населения была не спонтанной жестокостью, а идеологической установкой. Расовая теория нацизма относилась к славянам к «недочеловекам», подлежащим частичному уничтожению и порабощению. Генеральный план «Ост» предусматривал выселение или уничтожение от 30 до 50 миллионов человек. Экономическую основу составлял «План голода» (Hungerplan): продовольствие с оккупи-

рованных территорий изымалось для армии и рейха, а местное население обрекалось на голод. Как отмечает историк Алексей Кэй, «по расчётам немецких планировщиков, от голода должно было погибнуть до 30 миллионов советских граждан» [22]. На территории Воронежской области этот план реализовывался через конкретные нормативные и террористические меры, которые зафиксированы в архивных документах.

Начнём с продовольственных норм. Приказ бургомистра Острогожска К. Муратова от 1 сентября 1942 года установил: рабочие получают 400 г муки в день, служащие - 300 г, иждивенцы (дети до 16 лет, старики, домохозяйки) - 200 г. Эвакуированные и безработные карточек не получали вовсе [1]. Всего через неделю, 7 сентября, вышел приказ № 9, ужесточивший нормы: рабочим - 350 г, служащим - 280 г, иждивенцам - 180 г. Инвалидов и пенсионеров приравнивали к иждивенцам, обязав их проходить медицинскую комиссию - многие не смогли этого сделать и остались без пайка [2]. 180 г муки — это около 600-700 килокалорий, тогда как минимальная физиологическая норма выживания в покое - 1500-2000 ккал. То есть даже официальные нормы были смертельно голодными. А 1 октября 1942 года вышел приказ, запрещавший населению сбор грушидички для личных нужд под угрозой штрафа до 1000 рублей - единственным заготовителем назначался винно-лимонадный завод [3]. Людей сознательно лишали последней возможности добыть пищу.

Однако голод создавался не только карточной системой, но и прямым изъятием продовольствия. Акт колхоза «2-я пятилетка» Евдаковского района от 21 января 1943 года детально перечисляет: немцы забрали 18 960 пудов зерна, 4 200 пудов проса, 2 400 пудов подсолнечника (пуд - 16 кг; всего сотни тонн). У колхозников лично изъяли 6 700 л молока, 150 кг масла, 9 120 яиц, 235 пудов хлеба, 75 пудов мёда [4]. Докладная записка инструктора обкома Г.И. Таранова от 15 декабря 1943 года описывает ограбление одной семьи в Богучарском районе: итальянская комендатура забрала у колхозницы Овчаровой А.А. корову, трёх овец, 6 центнеров хлеба, 10 кг сала, 5 кг масла, 25 кг шерсти, одежду, обувь - всего на 64 400 рублей [5]. Акт жителей села Мелахино (Лискинский район) приводит ещё более чудовищные цифры: «всего взято у колхозников кур - 1800 штук на сумму 180 000 руб., коров - 26 голов на сумму 1 300 000, телят - 90 голов на сумму 1 800 000». При этом «все население было обложено податью: колхозники обязаны были ежедневно сдавать мадьярскому коменданту через старосту молоко, масло, яйца, картофель, шерсть, а оплата за это не было никакой» [7].

Рабский труд стал ещё одним инструментом уничтожения. В том же акте колхоза «2-я пятилетка» сказано: «труд был установлен немцами принудительный, без оплаты и чрезмерными заданиями. Если в этом раб-

ском труде кто не выполнял задания даже по своей слабости или болезни, этих лиц подвергали немцы и их помощники мадьяры избиениям палками, плетями, кулаками, ногами или угоняли в село Волчье для отбывания заключения в карцер» [4]. Жители Мелахино подтверждают: «колхозники подвергались продолжительному рабочему дню, работая с восхода солнца до темноты, они копали окопы, землянки, прокладывали шоссе, очищали шоссе от снега, а за исполняемую работу оплату не получали» [7].

Особенно страшным было выселение людей из домов зимой. В акте села Мелахино зафиксировано: «все население села по распоряжению мадьярского коменданта было выброшено на улицу. На дворе стояла холодная погода, начались морозы вперемешку с дождем. Каждый колхозник, стараясь спасти жизнь своей семье, копал себе землянку. Малые детишки и старики сидели под открытым небом» [7]. Акт совхоза «Красный молот» добавляет: «немецкие оккупанты выгнали детишек из погреба, босых по пояс в снегу, перегоняли с сарая в сарай при 30° морозе» [9]. Люди лишались не только еды, но и кровя - в акте колхоза «2-я пятилетка» перечислены уничтоженные дома: 8 из 38 сожжены, остальные повреждены (печи развалены, окна побиты) [4].

Лагеря и тюрьмы стали местами массовой гибели от голода. Информационное письмо Землянского РК ВКП(б) от 13 ноября 1943 года сообщает о трёх лагерях: в Землянске - до 3 000 человек, в Большой Трещевке - до 800, в колхозе имени Парижской Коммуны - около 2 000. Условия: «кормили сырой свеклой и кипятком, в котором вместо пшена засыпали просо, хлеба давали 200-300 грамм и то не всегда. От голода и холода люди болели тифом. Ежедневно в лагерях от сильного истощения умирало 18-20 человек» [6]. За пять месяцев только в этих трёх лагерях погибло от 2 700 до 3 000 человек. Акт о подземной тюрьме в хуторе Минкин-Колодезь (Семилукский район) описывает камеры «совершенно без света, без печей, нет нар, ни скамеек», где содержалось до 30 человек. «При зажигании спичка тухнет, сырость, непросветная тьма». Людей вывозили на допросы и пытки ночью, после чего они исчезали навсегда [8]. Акт Острогжского горисполкома фиксирует тюрьму на территории военного городка: 30-40 человек в камере, спать на голом полу, окна не застеклены, «есть им ничего не давали, передач от родных не принимали» [10].

Пытки и избиения были повсеместны. Акт 2-го Семидесятского сельсовета (Хохольский район) рассказывает, как жандармский комендант мадьярской армии Сикуни «приказал лечь на пол и каждого по отдельности бил запаренным тепком (цепом) и наносил удары по 25 штук на каждого». 75-летнего старика Фролова после избиения посадили в тюрьму, «питание давали ему через сутки, то есть один день дают, а другой - нет»

[13]. Акт Бутырского сельсовета (Репьевский район): немецкие солдаты ворвались во двор колхозницы Сухановой, чтобы отобрать корову. Когда она запротестовала, «три немецких солдата схватили её, поволокли в собственную хату и там избивали до полусмерти, целый час с хаты слышался душераздирающий крик». Корова была зарезана, Суханова пролежала в постели месяц [14]. Акт Волчанского сельсовета (Евдаковский район): 47-летнюю колхозницу Мищенко арестовали по доносу, что она «активистка». Её «посадили в подвал, не давали ни пить, ни есть и избивали венгерские палачи по приказу коменданта». Она просидела 10 суток без еды и воды [15].

Дети были особой категорией жертв. Акт колхоза «Новый путь» (Семилукский район): 6 августа 1942 года «немцами были избиты колхозники-подростки Новиков Петр Павлович, 15 лет, и Арапов Николай Васильевич, 15 лет, за то, что они отказались назвать немцам, где хранится колхозный инвентарь». Избиение производилось ремнём [16]. Акт совхоза «Красный молот» добавляет: «10-летнего мальчика Казакова Александра также избивали за сокрытие горючего» [9]. Дети получали паёк иждивенцев - 180-200 г муки, чего было недостаточно для растущего организма.

Во многих актах палачами выступают не немцы, а венгерские (мадьярские) солдаты. Венгрия была союзником Германии, и её войска участвовали в оккупации Воронежской области. Акт Архангельского сельсовета (Коротоякский район) сообщает о массовых изнасилованиях: «мадьярские солдаты забирали по 5-10 человек девушек и женщин, уводили их и насиловали» [11]. Акт Ольховлогского сельсовета описывает истязания колхозника Деркачева «рядовыми мадьярскими солдатами» [17]. Акт жителей Мелахино: «мадьярским командованием было дано распоряжение, чтобы каждый колхозник носил нашивку с мадьярской печатью» [7]. Именно мадьяры выселяли людей на мороз, ввели систему унижительных нашивок, избивали и пытали. Их роль требует отдельного изучения.

Сравнение с другими регионами показывает, что Воронежская область понесла одни из самых высоких потерь. По данным судебных решений (все цифры - из открытых источников), в Ростовской области погибло около 180 000 мирных жителей, в Брянской - более 150 000, в Ленинградской (без блокадного Ленинграда) - около 120 000. В Воронежской области - более 198 300. При этом оккупация здесь длилась всего около семи месяцев (июль 1942 - февраль 1943), тогда как в других регионах - от двух до трёх лет. Это означает, что интенсивность насилия и темпы уничтожения населения в Воронежской области были экстремально высокими. Захватчики, понимая, что у них мало времени, стремились

максимально быстро выкачать ресурсы и уничтожить людей - через голодные пайки, тотальный грабёж, рабский труд, лагеря и казни.

Таким образом, архивные документы неопровержимо доказывают, что на оккупированной территории Воронежской области нацисты и их пособники (включая венгерские части) целенаправленно уничтожали мирное население голодом, холодом, рабским трудом и пытками. Политика голода была не побочным следствием войны, а сознательной реализацией «Плана голода» и расовой теории Третьего рейха. Решение Воронежского областного суда 2023 года закрепило юридическую квалификацию этих преступлений как геноцида советского народа [20]. Проект «Без срока давности» сохраняет историческую правду. Имена палачей - комендант Шульц (с. Терновое), жандармский комендант Сикуня (с. Семидесятское), начальник тайной полевой полиции лейтенант Штайн (х. Минкин-Колодезь), бургомистр Муратов (г. Острогожск) - должны быть сохранены в памяти как символы чужденоненавистнической идеологии, которая не должна повториться.

Библиографический список

1. Приказ от 1.09.1942 // ГАВО. Ф.Р-2100. Оп.1. Д.401. Л.14.
2. Приказ №9 от 7.09.1942 // Там же. Л.17.
3. Приказ от 1.10.1942 // Там же. Л.35.
4. Акт колхоза «2-я пятилетка» // ГАВО. Ф.Р-1784. Оп.1. Д.173. Л.9-11.
5. Докладная Таранова // ГАОПИ ВО. Ф.3. Оп.1. Д.4679. Л.234-234об.
6. Письмо Землянского РК // ГАОПИ ВО. Ф.1691. Оп.1. Д.13. Л.32.
7. Акт с. Мелахино // ГАВО. Ф.Р-1784. Оп.1. Д.204. Л.47-51об.
8. Акт о подземной тюрьме // ГАВО. Ф.Р-1784. Оп.1. Д.312. Л.19-20об.
9. Акт совхоза «Красный молот» // ГАВО. Ф.Р-1810. Оп.4. Д.3. Л.60-61об.
10. Акт Острогожского горисполкома // ГАВО. Ф.Р-1784. Оп.1. Д.251. Л.8-9об.
11. Акт Архангельского сельсовета // ГАВО. Ф.Р-1784. Оп.1. Д.192. Л.43.
12. Акт Бондарского сельсовета // ГАВО. Ф.Р-1810. Оп.4. Д.3. Л.89-89об.
13. Акт 2-го Семидесятского сельсовета // ГАВО. Ф.Р-1784. Оп.1. Д.340. Л.15-15об.
14. Акт Бутырского сельсовета // ГАВО. Ф.Р-1784. Оп.1. Д.291. Л.19.
15. Акт Волчанского сельсовета // ГАВО. Ф.Р-1801. Оп.2. Д.14. Л.5-5об.
16. Акт колхоза «Новый путь» // ГАВО. Ф.Р-1784. Оп.1. Д.312. Л.11-11об.
17. Акт Ольховлогского сельсовета // ГАВО. Ф.Р-1801. Оп.2. Д.14. Л.11.
18. Показания с. Попасное // ГАВО. Ф.Р-1784. Оп.1. Д.204. Л.40-40об.
19. Конвенция о геноциде 1948 г.
20. Решение Воронежского облсуда 2023 г.
21. Проект «Без срока давности» - безсрокадавности.рф.
22. Кэй А. «План голода» // Российская история. 2016. №3. С.32-45.
23. Альтман И.А. Жертвы ненависти. М., 2002.

*Э.А. Ерофеева, Д.Д. Якубова, студ.; рук. А.С. Хрипунов, к.и.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПОВСЕДНЕВНАЯ ЖИЗНЬ СОЛДАТ И ОФИЦЕРОВ РУССКОЙ ИМПЕРАТОРСКОЙ АРМИИ НА ФРОНТЕ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

В исторической науке войны обычно изучают через призму сражений, стратегических решений и действий командиров. Вместе с тем важно понять, как войну переживал обычный человек, солдат или офицер. В этой работе рассматривается фронтовая повседневная жизнь Русской императорской армии в 1914–1916 гг.: условия жизни на войне, питание, психологическое состояние, связи с мирным населением и формы досуга. Не учитывая эти аспекты, нельзя объяснить почему в первые месяцы войны в армейской среде господствовали патриотические и оптимистичные настроения, а к концу 1916 года наступила усталость и социально-психологический кризис.

Современная историография всё больше обращается к «человеческому измерению» войны. Такой подход позволяет рассмотреть военный конфликт не только с позиции тактики и стратегии, но и глазами простых участников. Изучение повседневности на фронте помогает понять причины распада армии в 1917 году, которые были связаны не только с материальными трудностями, но и с усталостью солдат, потерей веры в смысл войны. Практическая ценность работы заключается в возможности использования её материалов в курсах по истории России, а также в музейной и просветительской деятельности.

Цель работы – воссоздать основные черты повседневной жизни рядовых и офицеров Русской императорской армии в 1914–1916 гг. и проследить их изменения. Для этого были поставлены следующие задачи: описать материально-бытовые условия военнослужащих, проследить переход настроений от патриотизма к усталости и апатии, проанализировать взаимодействие армии с местным населением и выявить основные проявления девиантного поведения.

История исследований по этой теме сравнительно невелика. В советское время повседневностью фронта почти не занимались, но с 1990-х годов интерес к ней растёт. В рамках нашего исследования представить всеобъемлющий историографический обзор не представляется возможным, поэтому мы назовем те работы, которые непосредственно были использованы нами при подготовке исследования. В первую очередь отметим работу А.Б. Асташова, который на основе материалов РГВИА изучает отношения армии и населения через концепцию «военного фронта».

Д.А. Вальдман опубликовал и дневник прапорщика И.И. Соловьёва за 1914-1915 гг., показывая войну глазами младшего офицера. И.К. Богомолов в своей работе исследует фигуру иностранного корреспондента С. Уошберна, через которого формировался образ русской армии на Западе. Однако комплексного анализа повседневности русской армии в 1914-1916 гг., объединяющего эти источники, нами выявлено не было.

Исследование опирается на источники личного происхождения, которые мы можем разделить на две группы. Первая – это опубликованные документы, содержащие описание фронтовой жизни с точки зрения рядового состава и младшего офицерства. Например, «Дневник прапорщика Ивана Соловьёва» [3], охватывающий 1914-1915 гг., книга сестры милосердия С.З. Федорченко «Народ на войне», которая зафиксировала на бумаге многочисленные свидетельства солдат. Вторая группа источников – воспоминания офицеров, в частности Н.С. Гумилёва.

В качестве отдельной группы источников, используемых в нашей работе, хотелось бы выделить периодическую печать. Так, например, очень полезной для исследования стали журналы «Великая война в образах и картинах», которые издавались в Москве с 1914 по 1917 гг. В них содержится много иллюстративного материала с фронта.

Переходя к основной части работы, в первую очередь следует отметить материально-бытовые условия. Жизнь на фронте сильно отличалась у офицеров и рядовых. Прапорщик Соловьёв, оказавшись на позициях у деревни Чешино, с удивлением писал: «На биваке господа офицеры жили кто в шалашах, кто в блиндажах, большинство же нижних чинов располагалось прямо на земле» [3]. Офицеры могли занять заброшенный дом, а солдаты спали в окопах или на голой земле, часто без крыши над головой. Подобная картина встречается и у Гумилёва: он отмечал, что кавалеристам приходилось ночевать у лошадей, под открытым небом [4]. Проблемы с обеспечением усиливались к лету 1915 года. Вальдман, анализируя дневник Соловьёва, цитирует письма рядового Осиновских: «Страдаем из-за хлеба, сахара и табаку купить негде... вместо хлеба выдают рис, крупу и картошку... Очень холодно, все простыли» [3]. Такие условия порождали в солдатах сомнения и непонимание целей войны. Дисциплина падала по мере затягивания конфликта. Уже в 1914 году фиксировались массовые побеги из эшелонов по пути на фронт. Вальдман приводит телеграмму от 1 марта 1915 года, в которой сообщается, что значительная часть призывников сбежала, а владимирский губернатор писал о случаях стрельбы прапорщиков по убегающим [3]. Личное вмешательство Николая II временно остановило падение дисциплины, но ненадолго.

Психологическое состояние армии менялось по мере затягивания войны. Начальный период войны характеризовался патриотическим

подъёмом. Соловьёв вспоминает получение первого офицерского чина: «Подъём был огромный, со всех сторон сыпались поздравления... Боже, как жаль было оставлять родное училище!» [3]. Однако уже в ходе Галицийской битвы эйфория сменилась страхом. Вальдман цитирует письмо неизвестного солдата от 6 апреля 1915 г.: «Немца бить я никогда не думал и не желаю; может быть, и пошлют, ну только плохой из меня воин; в крутом положении лучше уйду в лес или же самоубийством» [3]. Подобные настроения фиксировала и Федорченко. В «Народе на войне» солдаты говорят о войне как о чужой, непонятной: «Нам бы домой... Зачем мы сюда пришли?.. Германцам тоже жить хочется» [5]. Эти записи, сделанные непосредственно в лазаретах, передают голос самой солдатской массы без цензурных купюр. К лету 1915 года, в период «Великого отступления», страх и растерянность стали доминировать. Соловьёв вспоминает свой первый бой 5 июля 1915 года: он чувствовал «растерянность и страх перед моментальной смертью» [3]. Тем не менее, именно в этом бою он смог поднять солдат в контратаку, получил ранение в голову и был вынесен с поля боя. Этот эпизод показывает, что даже в состоянии страха офицеры сохраняли способность действовать.

Взаимодействие с гражданским населением на театре военных действий было сложным и часто конфликтным. А.Б. Асташов вводит понятие «военного фронта» – зоны, где армия и местные жители воспринимали друг друга как чужих, даже находясь на территории одного государства [2]. Наибольшее подозрение вызывали немцы-колонисты и евреи. Первых подозревали в шпионаже и помощи врагу, вторых – в сборе разведанных через торговлю. По словам Асташова, «в армии следили за подозрительным "шатанием" жителей, их общением с другими ненадёжными лицами, попытками сообщения сигналов» [2]. В ответ немцев-колонистов выслали с театра военных действий, а из еврейского населения брали заложников. Особенно тяжёлая ситуация сложилась в Галиции и на территории Австро-Венгрии. Солдаты ощущали себя «между чужими людьми, словно сироты». Асташов приводит письма, где солдаты задавались вопросом: «Какую же мы родину защищаем, когда мы забрались в чужую землю и бьёмся за чужие земли?» [2]. Чувство оторванности от дома и враждебное отношение местных подрывало моральный дух. Не лучше обстояли дела и в союзной Румынии в 1916 году. Асташов цитирует жалобы солдат: «Румыны обижают их немилосердно... в халупы к себе русских не пускают... даже в Австрии люди гораздо лучше» [2]. Союзника воспринимали хуже противника.

Фронтальная повседневность включала и интимные контакты с местными женщинами. Асташов цитирует солдатскую поговорку: «Без бабы и без вина и война не нужна» [2]. Женщины – «окопницы», беженки,

оставшиеся без мужчин, становились объектом внимания. Это вызвало эпидемию венерических заболеваний. В сводках цензуры по 7-й армии зимой 1917 года сообщалось, что «заболевание сифилисом принимает угрожающий характер» [2]. Фиксировались случаи насилия. В письмах зимы 1914 года из Галиции упоминалось, что идёт настоящая «охота» на женщин «без разбора ни класса, ни возраста» [2]. В мае 1916 года на совещании в Ставке губернаторы прифронтовых губерний обращали внимание на недопустимость привлечения женщин к окопным работам, так как это приводило к «массовому разврату» [2].

Гумилёв в своих мемуарах описывает эту сторону войны более сдержанно, но не игнорирует её, отмечая, что долгое пребывание на фронте меняло отношение к женщинам и семье [4]. Федорченко записала рассказы солдат, в которых прямо говорится о «бабах при обозе» и венерических болезнях как неизбежной цене войны [5].

Особый ракурс в понимание фронтовой повседневности вносит фигура американского журналиста Стэнли Уошберна, работавшего для «Таймс». По словам И.К. Богомолова, Уошберн получил уникальный доступ к русской армии – его возили по фронту, он встречался с Николаем II и генералами русской армии [1].

Уошберна интересовала не столько тактика, сколько «человеческое измерение» войны: солдатский быт, настроения, работа лазаретов. Он писал о сожжённых деревнях, убитом скоте на обочинах, изуродованных телах и смертельно уставших врачах [1]. При этом он отмечал высокий моральный дух русской армии даже в период отступления, называя итоги кампании 1915 года «победой в поражении». Его статьи формировали образ русского солдата как стойкого и выносливого воина на Западе.

По итогам данного исследования можно сделать следующие выводы. Материально-бытовые условия русской армии были крайне тяжёлыми: рядовые жили в землянках и на открытом воздухе, страдали от нехватки продовольствия и обмундирования. Офицеры находились в привилегированном, но также небезопасном положении. Кризис снабжения достиг пика в период «Великого отступления» 1915 года [3]. Психологическая эволюция прошла путь от кратковременного патриотического подъёма (лето - осень 1914 года) к устойчивому чувству страха, усталости и непонимания смысла войны (1915 - 1916 гг.). Это зафиксировано как в дневнике офицера Соловьёва, так и в солдатских записях Федорченко [3][5]. К концу 1916 года подобные настроения ослабляли дисциплину и приводили к дезертирству. Взаимодействие с местным населением в основном было конфликтным. Армия воспринимала жителей, даже союзников-румын, как потенциальных врагов или объект для реквизиций. Это явление Асташов описывает как «военный фронтир» - зону взаимного отчуж-

дения, где этнические и социальные границы обострялись [2]. Девиантное поведение (мародёрство, насилие, массовый «разврат») стало частью фронтовой жизни. Это вызвало эпидемию венерических заболеваний, которую в армии сравнивали с тифом [2], и подорвало моральный авторитет войск.

Таким образом, Русская императорская армия к концу 1916 года оказалась в состоянии не только военно-стратегического, но и социально-психологического кризиса. Патриотический подъём первых месяцев войны сменился усталостью, враждебностью к окружающему населению и массовыми девиациями, что объективно приближало армию к разложению в 1916 году.

Библиографический список

1. Богомолов И.К. Американский журналист Стэнли Уошберн на русском фронте Первой мировой войны // Вестник Московского университета. Серия 8. История. 2020. №3. С.78-99.
2. Асташов А.Б. Русская армия и население в Первой мировой войне: фронтовая повседневность и событийность // Вестник РГГУ. «История. Филология. Культурология. Востоковедение». 2018. №6. С. 84–105.
3. Вальдман Д.А. Фронтовая повседневность Русской армии в 1914—1915 гг. глазами прапорщика И.И. Соловьёва // Наука. Общество. Оборона. 2026. №1.
4. Гумилёв Н. С. Записки кавалериста / Н.С. Гумилёв. Воспоминания / А.А. Брусилов. – М.: АСТ, 2014 – 320 с.
5. Федорченко С.З. Народ на войне. – СПб.: Изд. группа «Лениздат», «Команда А», 2014. – 448 с.

*Е.Н. Иванова, студ.; рук. А.И. Филиппова преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИСТОРИЯ МОЕЙ СЕМЬИ В ИСТОРИИ СТРАНЫ

В XXI веке молодые люди всё чаще забывают о событиях Великой Отечественной войны: ветеранов остаётся мало, и многие молодые люди никогда их не видели. Но нет в России семьи, которую бы не затронула эта страшная война. Мои предки — шестеро братьев — все вернулись с фронта живыми, что было огромным счастьем для их матери и настоящим чудом. История России неотделима от истории каждой семьи. Мы не должны забывать о подвигах, совершённых ради нашей жизни. Изучая историю своей семьи, мы сохраняем связь поколений.

Цель нашей работы: узнать о боевом пути и жизни наших предков, прошедших Великую Отечественную войну.

Наш прадедушка Иванов Григорий Порфирьевич участвовал в Великой Отечественной войне не один, а со своими пятью братьями. Все они родились и выросли в деревне Кунеевка Лежневского района, работали в местном колхозе «Восход», а после войны продолжили трудиться на родной земле. Из рассказа отца и интервью с Тумановой Татьяной Ивановной, которая живет в Кунеевке и раньше работала в архивах, удалось установить годы жизни каждого из братьев: Алексей Порфирьевич (1909–1990), Дмитрий Порфирьевич (1912–1974), Павел Порфирьевич (1915–1988), Иван Порфирьевич (1918–2005), Ефим Порфирьевич (1921–1994) и Григорий Порфирьевич (1925–2008), а также их мать Иванова Матрена Дмитриевна (1883–1966).

С помощью сайта «Память народа» [2,3,4] и книги «Богатыри годы давней...» [1], посвящённой 60-летию Победы, удалось найти дополнительную информацию о наградах и боевых путях некоторых братьев. Иванов Григорий Порфирьевич в январе 1943 года был призван в армию, служил в Мурманске в 585-м зенитно-артиллерийском полку подносчиком снарядов, затем наводчиком, а когда готовился прорыв блокады Ленинграда, его часть перебросили под Ленинград, где он переквалифицировался в оружейного мастера. В составе Ленинградского фронта он воевал в Эстонии, под Нарвой часть была разбита и расформирована, а в 1944 году после реформирования он попал в полк 76-миллиметровой противотанковой артиллерии и Победу встретил в Эстонии [2]. Его награды включают медаль Жукова, орден Отечественной войны II степени и медаль «За победу над Германией» [2].

Иванов Иван Порфирьевич родился 4 января 1918 года. До войны работал в колхозе, в 1937 году женился. В 1938 году его призвали в Красную Армию. Служил наводчиком 76-миллиметрового орудия в Белорусском особом военном округе [4]. Войну встретил на Украине. В первых же боях был тяжело ранен и попал в плен. Он провёл в плену почти всю войну. Был освобождён американцами только в 1945 году. После войны вернулся, работал водителем, заведовал гаражом в колхозе «Восход». Вырастил троих детей. Дожил до 2005 года.

Иванов Дмитрий Порфирьевич родился 9 августа 1912 года. До войны работал плотником в колхозе, женился, в 1938 году родилась дочь Фаина. В 1941 году он ушёл на фронт. Воевал в артиллерии. Боевой путь Дмитрия Порфирьевича можно проследить по документам на сайте «Память народа» [3].

Он прошёл через тяжёлые бои, но, к счастью, остался жив. В 1945 году вернулся домой. Умер в 1974 году.

Кроме того, удалось найти информацию и о других родственниках, воевавших на фронте, среди которых Юдина Антонина Степановна,

Юдин Алексей Алексеевич, погибший под Ленинградом, Сверчков Иван Иванович, погибший в Таллине, а также Коренков Алексей Константинович, бывший разведчик, который был заживо похоронен в братской могиле, но чудом спасся и пришёл домой живым.

Таким образом, в ходе работы нам удалось очень много узнать о своих родственниках, и эта информация оказалась полезной, поскольку, не зная истории прошлого, трудно понимать настоящее и предполагать будущее. Каждый из нас может начать с малого – расспросить родителей, бабушек, дедушек, заглянуть в старые альбомы. Потому что пока мы помним – они живы.

Библиографический список

1. Богатыри годы давней...: [к 60-летию Победы в Великой Отечественной войне]: рукопись. – 2005.
2. Иванов Григорий Порфирьевич: боевой путь // Память народа: [электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/mNAEh>
3. Иванов Дмитрий Порфирьевич: боевой путь // Память народа: [электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/Hrwiv>
4. Иванов Иван Порфирьевич: боевой путь // Память народа: [электронный ресурс]. – URL: <https://clck.ru/TYbZe>

*Н.М. Каблинов, студ.; рук. Т.Б. Котлова, д.и.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

«ВСЕ ПРЕКРАСНО ПОНИМАЛИ, ЧТО ЭТО ВЫНУЖДЕННАЯ ОБОРОНА...»: ВООРУЖЕННЫЕ КОНФЛИКТЫ СКВОЗЬ ПРИЗМУ СЕМЕЙНЫХ ВОСПОМИНАНИЙ

Изучение семейной истории закономерно выводит исследователя к анализу вооружённых конфликтов как структурных элементов национального опыта. На материале нескольких поколений одного рода, представители которого принимали участие в ключевых войнах XX–XXI вв., выявляется устойчивый концепт «вынужденной обороны» [1]. Источниковую базу исследования составили документы семейного архива, а также устные свидетельства прямых участников Афганской войны, сирийской кампании и специальной военной операции. Еще в первой четверти XX века прапрадед автора, И.М. Лупин (1888–1955), служил в лейб-гвардии в годы Первой мировой войны и был удостоен двух Георгиевских крестов; значительная часть рода прошла испытания Великой Отечественной войны. Это позволяет определить целью работы реконструк-

цию динамики оборонительного мышления: от вынужденной защиты территории в 1941–1945 гг. к доктрине превентивного нейтрализации угроз на дальних подступах, нашедшей институциональное закрепление в современной военной политике Российской Федерации [4].

Согласно архивным материалам, научной литературе и военной доктрине СССР, Великая Отечественная война носила исключительно оборонительный характер, представляя собой борьбу за физическое выживание государства и его населения. Осознание экзистенциальной угрозы формировало мобилизационную решимость, что подтверждается как официальными документами, так и семейной памятью: доминирующим мотивом оставалась именно вынужденность сопротивления, а не экспансионистские устремления. Колоссальный опыт конфликта обусловил корректировку советской концепции национальной безопасности, в которой стратегическим приоритетом стало недопущение противника к государственным границам и его разгром на удалённых рубежах.

Данная логика прослеживается и в позднесоветский период. Ввод советских войск в Афганистан в 1979 г., в котором участвовал дед автора — Каблинов Б.А. (род. 1960), офицер военно-транспортной авиации, в интервью и семейных воспоминаниях трактуется как мера, продиктованная уроками Великой Отечественной войны. Решение мотивировалось необходимостью ликвидации потенциального геополитического плацдарма США у южных рубежей СССР и предотвращения стратегического охвата [2, 3]. По свидетельству Б.А. Каблинова, среди офицерского состава преобладало убеждение в превентивном, а не идеологическом характере операции, что формировало соответствующий морально-психологический климат. Анализ устных источников подтверждает приверженность деда принципам стратегической превенции, в соответствии с которыми афганская кампания рассматривается как закономерный этап обеспечения национальной безопасности в условиях биполярного противостояния [1].

Преимственность оборонительного мотива фиксируется и в современном поколении. Отец автора, Каблинов М.Б., офицер ВВС, участник сирийской операции и специальной военной операции, квалифицирует текущий конфликт как вынужденную превентивную меру. Его оценка, зафиксированная в семейных беседах и коррелирующая с официальной позицией Российской Федерации, проводит прямую историческую параллель с афганским опытом: в обоих случаях действия вооружённых сил направлены на защиту стратегических рубежей, блокирование формирования враждебных плацдармов и нейтрализацию угрозы до её приближения к границам.

Таким образом, анализ межпоколенческой памяти нескольких поколений рода демонстрирует устойчивую преемственность концепта «вынужденной обороны» в отечественном военно-стратегическом мышлении. Эволюция от тотальной защиты территории в годы Великой Отечественной войны к доктрине превентивного противодействия угрозам на дальних подступах отражает не только трансформацию государственной военной доктрины, но и глубокую укоренённость данной парадигмы в коллективном и семейном сознании. Сочетание архивных материалов с методами устной истории позволяет рассматривать личную память не как изолированный биографический феномен, а как микроисторический срез политики национальной безопасности, в котором прагматика геополитического выживания последовательно преодолевает абстрактные идеологические конструкты. Данный подход подтверждает, что в российском историческом опыте оборона и превенция выступают не противоположными, а взаимодополняющими стратегиями, обусловленными объективными параметрами внешней среды и исторически воспроизводимыми в поколениях, непосредственно вовлечённых в защиту государственных интересов.

Библиографический список

1. Круглов В. В., Шубин А. С. О возрастающем значении упреждения противника в действиях // Военная мысль. 2021. № 12. С. 27-34.
2. Топорков В.М. Афганистан: советский фактор в истоках кризиса /Монография. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2014 – 319 с. С.101.
3. Коровин В. М. Афганская война: битва за глобальное доминирование <https://www.geopolitika.ru/article/afganskaya-voyna-bitva-za-globalnoe-dominirovanie>
4. Военная доктрина Российской Федерации: утв. Президентом РФ 25.12.2014 № Пр-2976. – URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/>

*И.М. Киселев, студ.; рук. А.С. Хрипунов, к.и.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВВЕДЕНИЕ В БИОПСИХОПОЛИТИКУ

В настоящее время вопросы психоистории и биополитики, при всей ее значимости, практически не поднимаются. Комплекс мероприятий, которые далее будут называться обобщенно «биопсихополитикой», оказывает влияние на жизнь почти всех граждан. В этой работе будут рассмотрены происхождение термина, а также будет приведен фактологический материал.

Биопсихополитика неоспоримое имеет педагогическое значение, как предмет, ознакомление с которым необходимо для широких масс людей, особенно молодых, которые должны быть бдительными и способными к оценке проблем цивилизации, связанных с биологией.

Цель работы – повысить информированность слушателей. Для этого были поставлены следующие задачи: описать истоки термина, привести примеры и цитаты, согласующиеся с данной темой.

Для исследования были взяты несколько источников. Книги и статьи Андрея Ильича Фурсова: «Борьба вопросов. Идеология и психоистория», «Психоисторическая война». Второй источник – Александр Владимирович Олескин «Биополитика». Примеры взяты из открытых источников: СМИ, СМК.

Понятие «биопсихополитика» составное, оно включает в себя понятия биологической и психологической политик.

Психоистория воздействует на общественное сознание, историческую память, эмоции, личные воспоминания. Ее целью являются насаждение чуждых целей и ценностей, перекодирование социального слоя, подчинение сознания и воли.

Одним из разработчиков психоистории является Ллойд Демос. Он уделял внимание мотивации деятелей, особенно детской. Со временем термин существенно видоизменился, приобретя более широкое трактование, но важно, что Демос уловил связь истории и сознания.

Психоисторическая война развивается на трех уровнях: информационный – когда война идет на уровне фактов, далее идет концептуальный – на основе фактов строится некая концепция; и третий слой – метафизический (смысловой) – когда из концепции выходят идеи, выходящие на проблемы идеологии, ценностей.

Черчилль в свое время говорил, что будущие империи – это империи сознания. Исходя из этой логики, у империй сознания должны быть и колонии сознания.

К метафизическому слою безусловно относится то, что делали Яковлев и Чубайс в свое время.

«Яковлев – прораб Перестройки – так и сказал, что Перестройкой они ломали не только Советский Союз, но и тысячелетнюю модель русского развития.» - Андрей Ильич Фурсов.

В антисоветские 90-е стояла цель перекодировать сознание населения таким образом, чтобы преступным воспринимался не только образ Сталина, но и всей коммунистической системы. *«Авторитетом Ленина ударить по Сталину, по сталинизму. А затем, в случае успеха, Плехановым и социал-демократией бить по Ленину, либерализмом и «нравственным социализмом» - по революционизму вообще» - Яковлев.*

Сам Чубайс в то время признавался, что цель была в уничтожении коммунизма.

«Мы занимались не сбором денег, а уничтожением коммунизма. Это разные задачи. С разной ценой. Мало кто на западе понимает, что такое коммунизм на самом деле. А мы знали, что каждый проданный завод – это гвоздь в крышку гроба коммунизма. Дорого, дешево, бесплатно, с приплатой – 20-й вопрос, 20-й. А первый вопрос один – каждый появившийся частный собственник в России – это необратимость.» - Чубайс

Можно привести массу гораздо более приземленных примеров психоисторической войны.

Именитый бренд Reformation в коллаборации с известным адвокатом по бракоразводным процессам Лорой Вассер, выпускающий серию одежды «Dump Him» [13].

В журнале New Scientist, выпускают статью, призывающую пересмотреть взгляд на каннибализм.

Всемирная организация здравоохранения признает третий пол [4].

Существуют разные инструменты психоисторической войны.

Снижение культуры следует рассматривать в качестве одного из видов психоисторического оружия. Малообразованными людьми легче манипулировать не только элите, но и контрэлите, особенно при наличии поддержки из-за рубежа.[1]

Мощным психоисторическим оружием является психолингвистика. Когда из обихода изымаются слова «честь», «достоинство», «стыд», «совесть», то и исчезают чувства, назначаемые на эти слова. Так работают психолингвисты. Вместо привычных слов в обиход внедряются англицизмы «шейм», «ивейт», «вайб».

Заметим, что OxfordLanguages по календарному расписанию выпускает словари для многих стран, в которых определяет какой смысл будет вкладываться в слова. Так с каждым годом в словарях стран бывшей Югославии все меньше и меньше общих слов, а значит граждане этих стран теряют связь друг с другом и воспринимают друг друга за чужаков.

Заметим, что проводится перекодирование самих социальных отношений и институтов. Корпорации замыкают на себе социальные институты под эгидой «создания комьюнити». Банк ВТБ снимает сериал о «Шерлоке Холмсе», Альфа-банк проводит мастер-классы для женщин, Рамблер выкупает сайт с рецептами «eda.ru», а маркетплейсы стали новой соцсетью. Выкинутый из этих кругов человек отныне станет отщепенцем и изгоем.

Сегодня под перекодирование попадают и наши воспоминания. Все чаще изменяются даты и обстоятельства событий, заявления редактиру-

ются в реальном времени, а свидетельства изымаются даже из веб-архивов.

Известный «Эффект Манделы» - явление, при котором миллионы людей помнят то, чего на самом деле не было, сугубо проектное. Воспоминания о досрочной смерти Нельсона Манделы действительно мелькали в СМИ. Так, в 2007 Джордж Буш-младший заявил: «Я слышал, когда кто-то сказал: а где Мандела? Мандела мертв, потому что Саддам Хусейн убил всех мандел» [6].

1 сентября 2013 уже Джордж Буш-старший преждевременно похоронил Манделу. Позже пресс-секретарь Дж.Буша Джим Макграт пояснил, что обнародовал заготовленное заранее заявление, ошибочно прочитав сообщение-молнию Washington Post о выписке Н.Манделы из больницы. Он принес свои извинения в связи с ошибкой [7].

Лишь 5 декабря 2013 года Нельсон Мандела умирает по-настоящему. Данный «эффект» лишь один из проектов, призванный посеять сомнения в надежности собственных воспоминаний в сознании.

Примечательно, что согласно заявлению РБК, южноафриканский канал ETV News в 2009 году запустил в бегущей строке сообщение о смерти уже Джорджа Буша-младшего [9].

Термин «Биополитика» имеет целых 13 определений [10]. Так сделано преднамеренно и злонамеренно, с целью запутать читателя.

Биополитику можно понимать как применение знаний о биологии в политических целях. Уже не является откровением утверждение, что биология сегодня приобретает социально-политическое значение. Ей посвящаются научные школы и центры, включая Биополитическую Интернациональную Организацию (БИО – Biopolitics International Organisation), Грутеровский институт права и поведенческих исследований (Gruter Institute for Law and Behavioral Research), Европейское Социобиологическое общество (European Sociobiological Society), Международное Общество Этологии Человека (International Society for Human Ethology), комитет по биологическому образованию [2].

В 1995 году в России открылся Учебно-научный сектор Биополитики и Биосоциологии на биологическом факультете МГУ (зав. сектором А.В. Олескиным) [2].

В работе 72-го года под названием «Биополитика» Альберт Сомит подчеркивал, что изменение в физиологических функциях человека связано с соответствующим изменением в сознании и политическом поведении [3].

Для выработки нужных гормонов необходимо сырье, которое ранее добывалось из пищи. Нынешняя глобальная продовольственная программа целенаправленно изымает «сырье» из продуктов питания. Более

того, уничтожается местное хозяйство под теми или иными предлогами, подрывается продовольственная безопасность. В Греции в 2025 году уничтожили около 500 тысяч овец [12]. Под предлогом борьбы с болезнью скота уничтожалось сельское хозяйство в Азербайджане, с последующим завозом мяса из Сомали. В 2025 году датские скотоводы заявляли об ухудшении состояния коров после введения противометановых добавок Bovaver [10]. Теперь граждане зависят от supply chains – цепочек поставок, способных оборваться в любой миг.

Говоря о нынешних цепочках поставках, стоит упомянуть агропромышленные корпорации вроде Monsanto, ныне поглощенной фармацевтической корпорацией Bayer. Во время войны во Вьетнаме на деревьях расплылся состав известный как «Агент Orange», вызывающий тяжелые болезни у вьетнамцев и мутации у их потомков. Позже компания переориентировалась на производство ГМО-продукции, которая сегодня находится на прилавках. Ответственность за ГМО на сегодняшний день отсутствует, лишь незначительные штрафы. Также под контроль не попадают импортируемые продукты и семена. Одна лишь известная дочерняя компания Monsanto – Seminis – однозначно ведет свою деятельность на территории России. Список дочерних организаций на сегодня не известен.

Семена Monsanto модифицированы по технологии Terminator: через некоторое время семена теряют всхожесть и становятся стерильными, срабатывают запрограммированные биологические часы, и покупатель вынужден идти за новой партией.

Доказано, что продаваемый свободно даже на территории России состав для обработки сорняков «Раундап» вызывает рак крови: садовник Диуэн Джонсон доказал в суде, что именно от него он заработал рак крови [5].

Далее приведу цитату доцента Тимирязевской сельхозакадемии, кандидата экономических наук Игоря Абакумова.

«Что касается стратегических товаров (пшеница, рожь, ячмень) — это у нас собственное. Кукуруза практически наполовину или более уже импортная, это уже генетически модифицированный продукт. Что касается сахарной свёклы, она на 100% импортная. Огородные семена, которые в пакетиках покупают миллионами штук, как правило, импортные», - Игорь Абакумов [5].

А.В. Олескин в своей книге «Биология и политика: перспективы взаимодействия» писал: *«Психика индивидов, в том числе политических лидеров, политически активных групп и толп оказывается опосредующим звеном между биологическими факторами – и их политическими*

эффектами. В определенной мере биополитика, таким образом, получает статус "биопсихополитики"» [1]

Примечательна и следующая цитата: «...также в других странах проводились секретные испытания рецептур добавок к водопроводной воде, которые заставили бы (в экстремальных политических ситуациях) всех граждан идти с готовностью на бой или труд» [1]

Заметим, что в 2021 году Роспотребнадзор ввел нормативы содержания гормонов и антибиотиков в питьевой воде.

"В этих нормативных актах [санитарно-эпидемиологических правилах], сохранены все требования, которые защищают наше здоровье. В части они ужесточены, но они добавлены мировыми опытом. Ну например. Мы ввели обязательные нормативы для содержания в питьевой воде гормонов, дополнительного ряда антибиотиков. То есть мы гармонизировали с европейским, ВОЗовским объемом нормативов, которые на сегодняшний день есть", - сказала руководитель Роспотребнадзора Анна Попова в интервью программе "Поздняков" на НТВ [11].

Выходит, что на протяжении 20 лет в водопровод названным способом попадают гормоны и антибиотики. Но как таковой вопрос наказания за модификацию поведения людей нейрхимическими препаратами сегодня даже не поднимается.

Большой вклад в формирование современной биополитики внесли государственные программы по контролю над разумом: «Артишок», «Блюберд», «МК-Ультра», «Проект Монток». Так, программа «МК-Ультра» Сидни «Черного мага» Готлиба, для которой США вписалась в защиту и эвакуацию нацистского ученого Курта Бломе, потребляла 7 процентов бюджета ЦРУ. В ее юрисдикцию входила разработка целого перечня ядов: от симулирующих заболевания, до вызывающих амнезию. В ее рамках применялся пентотал (используемый ныне для смертных казней) для пытки северокаорейских военнопленных. Ниже приведены характеристики одного из заключенных американской тюрьмы, участвовавшего в программе «МК-Ультра»: *Уайт – полная потеря аппетита, галлюцинации (комната меняла форму), многочасовая паранойя и чувство агрессии. «Кровь хлестала из стен. Парни превращались в скелеты у меня на глазах. Видел, как камера превращалась в голову собаки»*

Результаты, достигнутые в рамках секретных программ спецслужб, успешно применяются и по сей день.

В ходе анализа было показано происхождение биопсихополитики, обозначены ее методы воздействия на население. Было доказана ее значимость и педагогическая ценность.

Библиографический список

1. Фурсов А.И. Борьба вопросов. Идеология и психоистория: русское и мировое изменение / А.И. Фурсов.: Книжный мир, 2024 – 784 с. – С. 170-172.
2. Олескин А.В. Биополитика. Политический потенциал современной биологии: философские, политологические и практические аспекты / А.В. Олескин, 2007. - 508 с.
3. Albert Somit and Steven A. Peterson. Biopolitics 1972 – 241 с.
4. ВОЗ решила признать третий пол. — Текст : электронный // ТАСС : [сайт]. — URL: <https://tass.ru/obschestvo/15202775> (дата обращения: 24.05.2026).
5. Планета ГМО. Как Monsanto пытается захватить Россию. — Текст : электронный // Лайф : [сайт]. — URL: <https://tass.ru/obschestvo/15202775> (дата обращения: 24.05.2026).
6. Метафорическая смерть Нельсона Манделы . — Текст : электронный // Газета.ру : [сайт]. — URL: https://www.gazeta.ru/politics/2007/09/21_kz_2180059.shtml (дата обращения: 24.05.2026).
7. Джордж Буш-старший "похоронил" Нельсона Манделу. — Текст : электронный // РБК : [сайт]. — URL: <https://www.rbc.ru/society/01/09/2013/57040ecf9a794761c0ce13a2> (дата обращения: 24.05.2026).
8. Биополитика. — Текст : электронный // Википедия : [сайт]. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0> (дата обращения: 24.05.2026).
9. Южноафриканский телеканал сообщил о смерти Джорджа Буша. — Текст : электронный // Лента ру : [сайт]. — URL: <https://lenta.ru/news/2009/02/10/bush/> (дата обращения: 24.05.2026).
10. В Дании фермеры заявили об ухудшении здоровья коров из-за противометановой добавки. — Текст : электронный // Рамблер Новости : [сайт]. — URL: <https://news.rambler.ru/tech/55591970-v-danii-fermery-zayavili-ob-uhudshenii-zdorovya-korov-iz-za-protivometanovoy-dobavki/> (дата обращения: 24.05.2026).
11. Роспотребнадзор ввел обязательные нормативы содержания гормонов в питьевой воде. — Текст : электронный // ТАСС : [сайт]. — URL: <https://tass.ru/obschestvo/12474455> (дата обращения: 24.05.2026).
12. Греция уничтожила более 423 тыс. овец и коз из-за вспышки оспы. — Текст : электронный // ДЭЙРИ-НЬЮС : [сайт]. — URL: <https://dairynews.today/kz/news/greysiya-unichtozhila-bolee-423-tys-ovets-i-koz-iz-za-vspyshki-ospy.html> (дата обращения: 24.05.2026).
13. Hollywood Divorce Lawyer Laura Wasser and Reformation Release “Dump Him” Sweatshirt. — Текст : электронный // hollywoodreporter : [сайт]. — URL: <https://www.hollywoodreporter.com/lifestyle/shopping/laura-wasser-reformation-divorce-collection-dump-him-sweatshirt-1236508278/> (дата обращения: 24.05.2026).

*С.Е. Коровин, студ., рук. А.С. Хрипунов, к.и.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЦЕРКОВНАЯ ПОЛИТИКА СОВЕТСКОЙ ВЛАСТИ НА ТЕРРИТОРИИ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ (ДО 1960-Х ГГ.)

Церковная политика советской власти на Ивановской земле представляла собой комплекс административных, экономических, пропагандист-

ских и репрессивных мер, направленных на ослабление влияния Русской Православной Церкви, постепенное вытеснение её из общественной жизни и формирование атеистического мировоззрения населения. На региональном уровне эта политика сочетала централизованные директивы центра с местной спецификой: высокой религиозностью населения, значительным числом храмов до революции и активным участием региона в революционных событиях 1917–1918 гг.

Научная актуальность обусловлена необходимостью региональных исследований, дополняющих общую картину государственно-церковных отношений в СССР. Ивановская область является показательным примером реализации антицерковной политики в промышленном регионе с сильными дореволюционными церковными традициями. Практическая актуальность связана с современными процессами возвращения церковного имущества, формированием моделей взаимодействия государства и религиозных организаций, а также с сохранением исторической памяти о новомучениках и исповедниках.

Цель работы — проанализировать основные этапы, формы и результаты церковной политики советской власти на территории Ивановской области (Иваново-Вознесенской губернии и Ивановской области) в 1918–1960-е гг.

Основу исследования составляют документы из Государственного архива Ивановской области (ГАИО), архива УФСБ, текущего архива Ивановской епархии, а также периодическая печать («Рабочий край», «Промсвещение Ивановской области», «Безбожник»). Важными источниками являются сборник документов А.А. Федотова, статьи и диссертация Е.С. Ревякина, диссертация Г.И. Дворцова. Тема изучена фрагментарно: существуют общие работы по истории РПЦ в СССР, но региональные исследования, особенно по Ивановской области, немногочисленны и часто носят описательный характер.

Период 1918–1929 гг. стал временем формирования основных механизмов контроля над Церковью. В Иваново-Вознесенской губернии местные органы власти активно национализировали церковное имущество. Уже в 1918 г. началось заключение договоров с православными общинами на пользование храмами. Однако эти соглашения носили формальный характер и позволяли властям в любой момент пересмотреть условия. Изъятие церковных ценностей в 1922 г. прошло в регионе с большой жёсткостью: в Кинешемском уезде было изъято значительное количество серебра и других предметов культа. Местные советы часто закрывали храмы без достаточных оснований, мотивируя это «потребностями населения» или «противодействием контрреволюции».

С 1929 г. начался этап «воинствующего безбожия». Постановление ВЦИК и СНК РСФСР «О религиозных объединениях» от 8 апреля 1929 г. резко ограничило права общин. В Ивановской промышленной области количество действующих храмов сократилось с 3187 в начале 1929 г. до 2500 к концу 1930 г. Закрытие церквей часто сопровождалось грубыми нарушениями: административным давлением, угрозами, осквернением святынь.

Особое место занимала антирелигиозная пропаганда в учебных заведениях. По материалам Ивановской области, в школах вводилось обязательное атеистическое воспитание. Создавались ячейки Союза воинствующих безбожников (СВБ), группы «Юных безбожников». Однако работа велась неэффективно. Многие учителя, особенно выходцы из духовного сословия (до 26,9 % в 1929–1930 гг.), относились к ней формально или саботировали. Проверки показывали низкую посещаемость антирелигиозных кружков и слабую вовлечённость учащихся.

К середине 1930-х гг. руководство области было вынуждено корректировать политику. В 1931–1936 гг. наблюдалось относительное смягчение: комиссия по вопросам культов при облисполкоме чаще отклоняла необоснованные ходатайства о закрытии храмов. К 1937 г. в области сохранилось 63 % храмов от дореволюционного количества — значительно выше среднего по РСФСР (35,6 %). Это объясняется как сопротивлением верующих, так и прагматизмом местных властей, понимавших опасность чрезмерного администрирования.

В послевоенный период (1940-е — начало 1950-х) политика была относительно либеральной: открывались некоторые храмы, епархия получила возможность более активной деятельности. Однако с конца 1950-х гг., при Н.С. Хрущёве, возобновились массовые закрытия храмов и усиление атеистической пропаганды. Реформа приходского управления и единовременный учёт привели к новому витку давления.

Церковная политика советской власти на Ивановской земле прошла несколько этапов: от национализации и контроля (1918–1928) через пик репрессий (1929–1936) к относительной стабилизации и новому наступлению (1958–1964). Несмотря на значительные усилия, полностью ликвидировать религиозность населения не удалось. Высокий процент сохранившихся храмов к 1937 г. и данные переписи 1937 г. (57 % верующих в области) свидетельствуют об ограниченной эффективности политики. Региональный опыт показывает, что чрезмерное администрирование часто давало обратный эффект, укрепляя религиозные чувства. Изучение этой темы важно для понимания механизмов государственно-конфессиональных отношений в прошлом и настоящем.

Библиографический список

1. Федотов А.А. Русская Православная Церковь в XX веке на Ивановской земле: Сборник документов и материалов. Иваново, 2010.
2. Ревакин Е.С. Государственная политика в религиозной сфере в период 1929–1936 годов (по материалам Ивановской промышленной области) // [Название журнала, 2016].
3. Ревакин Е.С. Роль учебных заведений в государственной политике в отношении религии в 30-е годы XX века (по материалам Ивановской промышленной области). Иваново, 2015.
4. Дворцов Г.И. Государственно-церковные отношения в 1918–1929 гг.: православные общины и местные органы власти (на материалах Иваново-Вознесенской губернии): Дис. ... канд. ист. наук. Иваново, 2025.
5. Государственный архив Ивановской области (ГАИО). Ф. Р-1420, Р-2953.

*Я.В. Лукашев, студ., рук. А.С. Хрипунов, к.и.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

БОРЬБА С ПЬЯНСТВОМ В РОССИИ И СССР В XX ВЕКЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ, ПРОТИВОРЕЧИЯ И УРОКИ

В работе рассматривается государственная политика России и СССР в отношении производства и потребления алкоголя в XX веке. Анализируются причины, ход, методы и результаты ключевых антиалкогольных кампаний (1914, 1958, 1972, 1985 гг.), выявляются внутренние противоречия этой политики и извлекаются исторические уроки, актуальные для современной России.

Актуальность. В научном смысле тема находится на стыке социальной истории, истории государства и права, истории повседневности и исторической демографии. Несмотря на наличие значительного числа работ (А.В. Николаев, В.П. Пашин и С.В. Богданов, Л.И. Зайцева, С.Г. Гончарова, И.В. Егорышева и Е.В. Шерстнева и др.), комплексный анализ всего столетия как единого противоречивого процесса, выявляющий повторяющиеся модели поведения государства, остается недостаточно разработанным [1; 2; 3; 8]. Многие аспекты, такие как закрытая статистика смертности и преступности или оценки иностранных разведок, стали доступны для анализа лишь в последние десятилетия [3]. Практическая актуальность обусловлена сохраняющейся остротой алкогольной проблемы в России. По данным Всемирной организации здравоохранения, критическим уровнем потребления алкоголя, ведущим к деградации общества, является 8 литров чистого спирта на душу населения в год [2, с. 13]. Изучение исторического опыта, анализ успехов и особенно ошибок прошло-

го способны помочь в выработке более эффективной и свободной от внутренних противоречий государственной политики в этой сфере.

Цель и задачи. Целью работы является выявление и анализ основных моделей, противоречий и результатов государственной политики по борьбе с пьянством в России и СССР в XX веке. Для ее достижения поставлены следующие задачи: 1) рассмотреть истоки проблемы и дореволюционные подходы к ее решению (винная монополия); 2) проанализировать ход и последствия радикального «сухого закона» 1914 года; 3) охарактеризовать алкогольную политику первых десятилетий советской власти (1920–1930-е гг.); 4) исследовать антиалкогольные кампании середины и второй половины XX века (1958, 1972 гг.); 5) дать оценку самой масштабной кампании 1985 года и причинам ее провала; 6) обобщить исторический опыт и сформулировать ключевые уроки.

Источниковая база и историография. Источниковую базу исследования составляет широкий круг материалов. К ним относятся законодательные и нормативные акты (указы, постановления ЦК КПСС и Совета Министров) [4, с. 111–115; 9, с. 10], статистические сборники и ведомственные данные, в том числе долгое время остававшиеся закрытыми [3; 5], делопроизводственная документация (отчеты попечительств о народной трезвости, переписка министерств) [1], материалы периодической печати (газеты «Сельская жизнь», «Новое время», «Русское слово», журналы «Трезвость и культура», «Вестник Европы») [1; 6; 7], источники личного происхождения (воспоминания С.Ю. Витте, В.Ф. Джунковского, крестьян-мемуаристов) [1], а также уникальные рассекреченные доклады ЦРУ США, посвященные антиалкогольной кампании 1985–1987 гг. и дающие взгляд на советские проблемы со стороны [3].

Историография проблемы делится на три этапа. Дореволюционные исследователи (И.Г. Прыжов, Д.Н. Бородин, М.Н. Нижегородцев, В.Я. Канель, С.А. Первушин) заложили основы изучения алкоголизации населения, рассматривая медицинские, социальные и экономические аспекты [1; 2; 8]. В советский период, несмотря на идеологические ограничения, появились работы Э.И. Дейчмана и Ю. Ларина, а позже - Г.Г. Заиграева и Т.П. Коржихиной, анализировавшие кампании 1920-х и 1980-х годов [6; 7; 8]. На современном этапе, с 1990-х годов, с введением в оборот новых архивных данных, интерес к теме возрос, появились исследования В.П. Пашина, С.В. Богданова, А.В. Николаева, Л.И. Зайцевой и других, в которых дается взвешенная оценка противоречивой алкогольной политики российского и советского государства [1; 3; 8].

К началу XX века алкогольная проблема в России имела глубокие корни, тесно переплетенные с фискальными интересами государства. С XVI века власть шла по пути монополизации производства и продажи

спиртного, и «кабацкие» деньги играли огромную роль в бюджете. Во второй половине XIX века введение свободного производства водки и выпуск дешевого спирта привели к резкому росту пьянства, особенно в среде городского пролетариата. Потребление алкоголя достигло 1,225 ведра (около 15,1 литра) на душу населения [2, с. 68].

Ответом на это стала реформа министра финансов С.Ю. Витте – введение в 1894 году государственной винной монополии. Она преследовала двоякую цель: взять под контроль торговлю спиртным и обеспечить стабильные бюджетные поступления для индустриализации. К 1913 году доход от винной монополии составлял четверть всех государственных доходов – 899,3 млн рублей из 3417,4 млн [1, с. 82]. Ключевым противоречием реформы стало то, что государство одновременно выступало и главным продавцом алкоголя, и борцом с пьянством. Учрежденные для «ограждения населения» попечительства о народной трезвости оказались малоэффективны, их деятельность критиковалась за формализм и бюрократизм. Участники Первого Всероссийского съезда по борьбе с пьянством в 1910 году отмечали, что попечительства «носят показной характер борьбы правительства с народным пьянством» [1, с. 153]. Параллельно с этим в обществе набирало силу трезвенное движение, в котором ведущую роль играло православное духовенство. К 1911 году 95% из 1873 обществ трезвости в России были церковно-приходскими [1, с. 172].

Первым радикальным экспериментом стал «сухой закон» 1914 года, введенный с началом Первой мировой войны. С 17 июля по указу Николая II была приостановлена, а затем и запрещена на всё время войны продажа крепкого алкоголя. Положительный эффект проявился быстро: снизилась преступность, уменьшилось число «алкогольных психозов», сократились прогулы и травматизм [1, с. 83; 8, с. 229]. Однако вскоре проявились и негативные последствия: колоссальные потери бюджета, массовое самогоноварение, рост нелегальной торговли и недовольства населения. «Сухой закон», не подкрепленный комплексными социальными мерами, показал свою несостоятельность в долгосрочной перспективе.

Пришедшие к власти большевики первоначально сохранили и ужесточили запрет на алкоголь, рассматривая пьянство как «буржуазный пережиток» и введя уголовную ответственность за самогоноварение [8, с. 227]. Однако уже в 1923 году производство спиртного было возобновлено, а в 1925 году восстановлена государственная винная монополия. Официально это объяснялось борьбой с самогоноварением и необходимостью получения средств для индустриализации. По выражению исследователя, «власть от репрессий перешла к политике эксплуатации алкогольных доходов» [6, с. 55]. Следствием стал быстрый рост потребления. Во второй половине 1920-х годов, осознав угрозу, государство разверну-

ло мощную агитационно-пропагандистскую кампанию: создавались общества трезвости и первые наркодиспансеры, выпускались плакаты и журналы («Трезвость и культура» тиражом 50 тыс. экземпляров), проводились «антиалкогольные недели» [6, с. 57; 7, с. 213].

Середина XX века ознаменовалась новыми, но столь же противоречивыми кампаниями. Постановление 1958 года «Об усилении борьбы с пьянством...» было вызвано тревожной статистикой: свыше 90% хулиганств и 70% убийств совершались в состоянии опьянения [4, с. 110]. Меры включали ограничение времени и места продажи спиртного, повышение цен, усиление ответственности за самогоноварение (до 3 лет лишения свободы). В ходе кампании 1972 года начали создавать лечебно-трудовые профилактории (ЛТП) и расширять наркологическую службу [8, с. 232; 5, с. 54]. Однако общей чертой этих кампаний была их непоследовательность. Призывы к трезвости наталкивались на экономическую реальность: доходы от продажи алкоголя продолжали оставаться одной из ключевых статей государственного бюджета. В условиях товарного дефицита водка часто оказывалась единственным общедоступным товаром и формой досуга.

Апогеем и одновременно крахом советской антиалкогольной политики стала кампания 1985 года, начатая М.С. Горбачевым и направленная на резкое сокращение производства и продажи алкоголя. Закрывались тысячи магазинов, уничтожались элитные виноградники, в сотни раз выросли штрафы и усилилась пропаганда трезвости [3, с. 185, 187]. Первые результаты были обнадеживающими: сократилась смертность, увеличилась рождаемость и продолжительность жизни, снизилось число прогулов и преступлений [3, с. 189; 9]. Однако вскоре начались необратимые негативные процессы: бюджет потерял колоссальные средства (по разным оценкам, от 37 до 200 млрд рублей), резко вырос спрос на сахар (основное сырье для самогона), который стал продаваться по талонам, что породило массовое недовольство [3, с. 190, 191; 9]. Число выявленных фактов самогоноварения выросло с 28 тысяч в 1984 году до 176 тысяч в 1986-м [3, с. 190]. Рассекреченные доклады ЦРУ США подтверждали, что кампания привела к резкому росту теневой экономики, перетоку средств из госбюджета к нелегальным производителям и серьезно подорвала финансовую стабильность СССР, способствуя нарастанию кризисных явлений [3, с. 186, 193]. Не достигнув целей, к 1988 году кампания была свернута.

Проведенный анализ позволяет сделать несколько выводов, четко соотносящихся с поставленными задачами. Основной и сквозной проблемой всех российских и советских антиалкогольных кампаний XX века являлся фундаментальный конфликт интересов: государство, декларируя

борьбу за трезвость, находилось в прямой финансовой зависимости от доходов с продажи алкоголя. Эта двойственность обрекала на провал любые, даже самые жесткие, административно-запретительные меры. «Заинтересованность фиска в увеличении дохода от винной монополии создает непреодолимую преграду... в деле принятия действительных мер для борьбы с пьянством», – констатировали еще в 1910 году [1, с. 189].

Эффективность антиалкогольной политики напрямую зависит от ее комплексности. Ни один из методов, применяемых изолированно (запреты, повышение цен, уголовное преследование), не дал устойчивого результата. Запреты без создания альтернативных форм досуга и доступных потребительских товаров лишь стимулировали теневую экономику и социальное недовольство. Алкоголь выполнял в обществе важную компенсаторную функцию, снимая стресс и создавая иллюзию заполнения досуга. Пока эта функция не будет замещена развитой социальной инфраструктурой, проблема не будет решена.

Исторический опыт показывает, что успешная политика требует не краткосрочных «кампаний», а долгосрочной, системной стратегии, свободной от внутренних противоречий и основанной на просвещении, развитии здравоохранения и повышении качества жизни населения.

Библиографический список

1. Шевченко, И. А. Потребление алкоголя и борьба за трезвость в великорусской деревне в конце XIX – начале XX века : дис. ... канд. ист. наук : 07.00.02 / Шевченко Иван Александрович. - М., 2014. – 251 с.
2. Николаев, А. В. Антиалкогольная кампания в России 1894–1914 годов: исторический опыт решения проблемы / А. В. Николаев // Антиалкогольная кампания в России 1894–1914 годов: исторический опыт решения проблемы. - С. 60–72.
3. Пашин, В. П. Антиалкогольная кампания 1985-1987 гг. в СССР по советским архивным документам и рассекреченным материалам ЦРУ / В. П. Пашин, С. В. Богданов, Ю. С. Богданова // Вестник архивиста. - 2011. - № 4. - С. 183–193.
4. Фокин, А. А. Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР «Об усилении борьбы с пьянством и о наведении порядка в торговле крепкими спиртными напитками» и антиалкогольная кампания 1960-х годов / А. А. Фокин // Вестник Челябинского государственного университета. - 2014. - № 12 (341). - История. - Вып. 60. - С. 109–115.
5. Гончарова, С. Г. Антиалкогольные кампании в СССР (60-е – 80-е гг.) / С. Г. Гончарова // Бюллетень Национального НИИ общественного здоровья им. Н.А. Семашко. - М., 2015. - С. 51–54.
6. Шерстнева, Е. В. Санитарное просвещение и пропаганда в борьбе с пьянством и алкоголизмом в СССР в 1920-е годы / Е. В. Шерстнева // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. - 2014. - Т. 22, № 3. - С. 55–58.
7. Гончарова, С. Г. Из истории борьбы с распространением пьянства и алкоголизма в годы Великой Отечественной войны и в послевоенный период (1941-1964 гг.) / С. Г. Гончарова // Бюллетень Национального НИИ общественного здоровья им. Н.А. Семашко. - М., 2015. - С. 223–233.

8. Егорышева, И. В. Из истории борьбы с алкоголизмом в России и СССР (конец XIX – XX вв.) / И. В. Егорышева, Е. В. Шерстнева // Бюллетень Национального НИИ общественного здоровья им. Н.А. Семашко. - М., 2015. - С. 66–67.

9. Аскарова, А. Р. Некоторые вопросы истории о появлении алкоголизма и эффективности борьбы с ним (историко-правовой аспект) / А. Р. Аскарова // Евразийский юридический журнал. - 2016. - № 12. - С. 13–15.

*А.В. Мут, студ.; рук. Т.Б. Котлова, д.и.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

НЕМЦЫ В РОССИИ. ИСТОРИЯ СЕМЬИ МУТ

Россия — многонациональная страна, включающая более 190 народов, народностей и национальностей [4]. Моя семья является представителем немецкого сообщества.

Семья Мут приехала в Россию во времена правления Екатерины II. Переселенцы откликнулись на манифест 1763 года [3], который предлагал привлекательные условия для иностранцев. Приезжие немцы на территории России, как правило, создавали слободки со школами и прочей инфраструктурой, где разговаривали только на немецком. В основном немцы заселяли Украину и Поволжье. Известно, что в период с 1763 по 1767 в Россию въехало более 30 000 немцев [5].

За полтора столетия произошла интеграция переселенцев в российское общество, хотя ее необходимо признать неполной. Рассматривая Россию, как свою родину, далеко не все немцы прошли полную языковую ассимиляцию, что подтверждают документы, хранящиеся в семье.

Интересен тот факт, что мой прапрадедушка по линии матери отца - Альтфедер Арнольд Вильгельмович воевал в первую мировую на стороне Российской Империи. В ходе военных действий был взят в плен Австро-Венгрией, согласно найденной карте военнопленного. Арнольд смог вернуться из плена на родину, в Россию.

Революция, начавшаяся в 1917 году, изменила жизнь многих. Л.И. Мут (11.02.1901–10.08.1942) активно поддержал советскую власть, в 1918 году вступил в РКП(б). Людвиг Иоганесович принял участие в борьбе с «басмачами» в должности комиссара в городе Кушка. В 1924 году вернулся на Волгу, женился на Паулине (Полине) Иоганесовне Финк. Людвиг Иоганесович после военных действий, занимал разные руководящие должности.

Однако в 1941 году его жизнь резко изменилась. Людвиг арестовали по обвинению в «самоуправстве и превышении должностных полномочий», когда он, будучи директором, старался отремонтировать старую

школу, а позже появился ложный донос о «буржуазной махинации» с домом. 14 июня 1941 года он был осуждён на 8 лет, этапирован на Алтай, где и умер в августе 1942 года.

Судьба Арнольда Вильгельмовича связана с трагическими событиями второй половины 30-х годов, которые известны как период репрессий. В 1935 году были образованы «тройки НКВД». Арнольда Вильгельмовича приговорили к высшей мере наказания. Архивная справка, хранящаяся в семье, свидетельствует, что власти признали Арнольда «малограмотным кулаком», так как он разговаривал в основном только по-немецки, а также обвинили в участии в контрреволюционной группировке. В 1961 году в период «оттепели» обвинение было отменено за недоказанность обвинений.

Такая трагическая судьба сложилась не только у немца Арнольда Вильгельмовича, но и у тысяч советских граждан, упоминание этих событий - дань уважения моему предку.

Начало войны с Германией заставило государство принять меры против немцев, проживавших в стране. Судьба Вольдемара Людвиговича Мут (08.09.1927–31.08.2006), иллюстрирует тяжёлое положение немцев в СССР в военные годы: в августе 1941 года он был депортирован в Казахстан [6], попал в трудармию по национальному признаку. Затем его вместе с братом Иваном распределили в шахты.

После Великой Победы руководство СССР меняло своё отношение к немцам, но происходило это постепенно. С 1945 года в Советском Союзе для немцев существовал режим спецпоселений с обязательной явкой в комендатуру [8], который накладывал целый ряд ограничений, которые затронули и Вольдемара Людвиговича. После отмены «комендатуры» в 1956 году положение немцев стало улучшаться - большинство запретов было снято [7]. Вольдемар Людвигович, как и тысячи соотечественников, получил право на образование. В 1958 году Вольдемар учился и стал мастером сушильных установок. Только 3 ноября 1972 года разрешили сменить место жительства [9]. В этом же году Вольдемар Людвигович переехал на Кубань, где построил дома для себя и сыновей. В 1997 году уехал в Германию, где и был похоронен в 2006 году.

В 1990-е годы после распада СССР начался массовый отток немцев из России обратно в Германию, который составлял приблизительно от 392 до 458 тыс. человек [2], один из них Вольдемар Вольдемарович Мут. Он работал по комсомольской путёвке в Магаданской области с 1976 года, вернулся в 1998 на Кубань, построил два дома, а в 2004 году переехал в Германию.

Мой отец Виктор Мут окончил военное авиационно-техническое училище, а затем юридический факультет, дослужился до воинского звания

«капитан юстиции», а в 2005 году стал адвокатом — работает в этой сфере до сих пор. Отец не стал уезжать в Германию, и его мнение разделили 195 256 этнических немцев [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что немцы интегрировались в российский социум. При Екатерине 2 немецкое сообщество, по сути, было анклавом на территории страны. Процесс ассимиляции шёл не очень быстро, об этом говорят семейные документы и исследования ученых. Проживая на территории страны, мои предки не забывали своих традиций и культуры, а вместе с тем перенимали и разделяли многие российские ценности, и даже отстаивали их. Ведь Людвиг был партийцем и комиссаром. Арнольд воевал в первую мировую против немцев, а в плен попал к Австро-Венгрии. Важно, что в настоящее время в многонациональной стране нации и народы чувствуют себя комфортно, а государство помогает в сохранении и развитии культуры каждого народа. Можно смело говорить, что на сегодняшний день большинство немцев в России разделяет ее ценности, несмотря на непростой исторический путь, который они прошли.

Библиографический список

1. Всероссийская перепись населения 2020–2021 годов / Федеральная служба государственной статистики (Росстат). — Москва, 2021–2022. — URL: (дата обращения: 25.05.2026)
2. Денисенко М. Б. Эмиграция из России по данным зарубежной статистики // Мир России. Социология. Этнология. 2003. Т. 12, № 3. С. 157–169.
3. Манифест императрицы Екатерины II от 22 июля 1763 года «О дозволении всем иностранцам, в Россию въезжающим, поселяться в которых Губерниях они пожелают и о дарованных им правах»
4. О Едином перечне коренных малочисленных народов Российской Федерации : Постановление Правительства Российской Федерации от 24.03.2000 № 255 (ред. от 18.12.2021) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2000. — № 14.
5. РГАДА. Ф. 284. Оп. 1. Д. 201–215. Книги регистрации прибывших колонистов (1763–1767 гг.).
6. Указ Президиума Верховного Совета СССР «О переселении немцев, проживающих в районах Поволжья» от 28 августа 1941 года №21/160 // Ведомости Верховного Совета СССР. 1941. №38 (153). С. 4.
7. Указ Президиума Верховного Совета СССР от 13 декабря 1955 года «О снятии ограничений в правовом положении с немцев и членов их семей, находящихся на спецпоселении» // «Ведомости» Верховного Совета СССР. №52. 1955 г.
8. Указ Президиума Верховного Совета СССР от 26 ноября 1948 года «Об уголовной ответственности за побег из мест обязательного и постоянного поселения лиц, выселенных в отдалённые районы СССР в период Отечественной войны» // Сборник законодательных и нормативных актов о репрессиях и реабилитации жертв политических репрессий. Москва, 1993. С. 124.
9. Указ Президиума Верховного Совета СССР от 3 ноября 1972 года №3521-VIII «О снятии ограничения в выборе места жительства, предусмотренного в прошлом для отдельных категорий граждан» // «Ведомости» Верховного Совета СССР. 1972. №52.

*А.С. Нестерова, студ.; рук. Т.В. Королёва, к.и.н., доц.
(ИГЭУ г. Иваново)*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМЫ КОНЦЛАГЕРЕЙ И ГЕТТО В ЛЕНИНГРАДСКОЙ, СМОЛЕНСКОЙ И ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТЯХ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

В современном мире всё чаще предпринимаются попытки пересмотра итогов Второй мировой войны и искажения исторической памяти о преступлениях нацистского режима. В этих условиях особую актуальность приобретает изучение политики геноцида советского народа на оккупированных территориях СССР. Обращение к документальным свидетельствам, материалам Чрезвычайной государственной комиссии и воспоминаниям очевидцев позволяет не только сохранить историческую правду о событиях Великой Отечественной войны, но и показать реальные масштабы преступлений, совершённых против мирного населения и советских военнопленных.

Проблема исследования заключается в определении роли концлагерей и гетто как элементов единой системы нацистского террора. Цель исследования – провести сравнительный анализ системы концлагерей и гетто в Ленинградской, Смоленской и Тульской областях в годы Великой Отечественной войны, выявить общие черты и региональные особенности оккупационного режима, а также показать, что лагеря и гетто являлись частью единой политики геноцида советского народа. Выбор данных регионов обусловлен не только различной продолжительностью оккупации, но и особенностями нацистской политики на их территории: Смоленская область находилась под властью захватчиков с июля 1941 по октябрь 1943 г. [5; 6] и стала одним из крупнейших центров лагерной системы и транзита военнопленных; Ленинградская область была оккупирована с 1941 по январь 1944 г. [7; 8] и отличалась особой жестокостью прифронтового и колонизационного режима; Тульская область пережила кратковременную оккупацию осенью-зимой 1941 г. [9; 10], что позволяет проследить, как массовые преступления осуществлялись даже в условиях ограниченного времени контроля территории.

Источниковую базу исследования составили материалы проекта «Без срока давности» [1], документы Чрезвычайной государственной комиссии [3; 4], архивные акты районных и городских комиссий, свидетельства очевидцев [5; 7; 9], статистические сведения о жертвах оккупационного режима, нормативные документы военного времени, а также обобщаю-

щие материалы по отдельным регионам. Это позволяет не только описать преступления, но и показать, на основании каких документов сделаны выводы.

По Смоленской области были проанализированы материалы о лагерях военнопленных и сведения о Смоленском гетто [5; 6]. Длительная оккупация региона позволила нацистам создать разветвлённую сеть мест принудительного содержания: Дулаг-130 в Рославле, Дулаг-126 в Смоленске, рабочие лагеря, сборные пункты и еврейские гетто. В воспоминаниях бывшего военнопленного С. Голубкова о Дулаге-130 отмечалось: «смертность в Рославльском пересыльном лагере зимой 1941–1942 гг. достигла масштабов массового истребления. За день вывозили по 500–600 трупов» [5]. Другой источник, посвящённый Смоленскому гетто, фиксирует сознательно созданные условия голода: «нетрудоспособные еды не получали вовсе, трудоспособным полагалось лишь 200 граммов хлеба в день» [6]. Следовательно, источники по Смоленской области доказывают, что лагеря и гетто были частью системы уничтожения населения через голод, болезни, принудительный труд и расстрелы.

По Ленинградской области были использованы материалы о Дулаге-154 и свидетельства о детском лагере в Вырице [7; 8]. Оккупационный режим здесь имел прифронтовой и колонизационный характер: в логике Генерального плана «Ост» захваченные восточные территории рассматривались как пространство для немецкого господства, а местное население – как объект выселения, порабощения или уничтожения [2]. В материалах о Дулаге-154 отмечалось, что «ежедневно в лагере погибали порядка 150 человек» [7]. Другой источник, связанный с детским лагерем в Вырице, свидетельствует, что несовершеннолетние узники использовались «в качестве доноров крови для немецких солдат» [8]. Эти документы показывают, что жертвами оккупационной политики становились не только взрослые военнопленные и мирные жители, но и дети, что подчёркивает особую жестокость нацистского режима в Ленинградской области.

По Тульской области были проанализированы материалы о лагере в Плавске и публикации о злодеяниях немецко-фашистских захватчиков на территории региона [9; 10]. Несмотря на кратковременную оккупацию, террор начался сразу после установления власти захватчиков. В документах о лагере в Плавске указывалось, что пленным «давали либо две варёных картошки, либо 200 граммов каши из ячменя» [9]. В материалах о маршах смерти отмечалось: «Вся дорога от Щёкино до Плавска была усеяна трупами застреленных мирных граждан» [10]. Эти источники подтверждают, что даже за короткий срок оккупанты успели организовать лагерь, массовые казни, марши смерти и угон населения в рабство.

Сравнительный анализ трёх регионов показывает: масштабы и формы преступлений различались, но методы оставались сходными. Во всех областях применялись голодный паёк, отсутствие медицинской помощи (больных и раненых не лечили, обрекая на смерть), принудительный труд, избиения, расстрелы и уничтожение ослабевших. Смоленская область демонстрирует наиболее развитую сеть лагерей и гетто; Ленинградская область – особую жестокость прифронтового режима и эксплуатацию детей; Тульская область – высокую концентрацию преступлений даже в условиях кратковременной оккупации.

Таким образом, система концлагерей и гетто в Ленинградской, Смоленской и Тульской областях была частью целенаправленной политики геноцида советского народа. Анализ источников показывает, что смертность в лагерях и гетто была не случайным результатом трудностей военного времени, а следствием сознательно организованной политики уничтожения населения. Обращение к конкретным документам, актам комиссий и свидетельствам очевидцев позволяет сохранить историческую достоверность исследования и показать реальные механизмы преступной политики нацистов на оккупированных территориях.

Библиографический список

1. Без срока давности: официальный сайт. – URL: <https://бд.безсрокадавности.рф> (дата обращения: 05.05.2026). – Текст: электронный.
2. Генеральный план «Ост»: кратко // Образовака: образовательный портал. – URL: <https://obrazovaka.ru/istoriya/ost-plan-kratko.html> (дата обращения: 05.05.2026). – Текст: электронный.
3. Указ Президиума Верховного Совета СССР от 19.04.1943 № 39 «О мерах наказания для немецко-фашистских злодеев, виновных в убийствах и истязаниях советского гражданского населения и пленных красноармейцев, для шпионов, изменников Родины из числа советских граждан и для их пособников» // Викитека: свободная библиотека. – URL: https://ru.wikisource.org/wiki/Указ_Президиума_ВС_СССР_от_19.04.1943_№_39 (дата обращения: 05.05.2026). – Текст: электронный.
4. Материалы Чрезвычайной государственной комиссии о преступлениях немецко-фашистских захватчиков на оккупированных территориях СССР // Без срока давности: официальный сайт. – URL: <https://безсрокадавности.рф/> (дата обращения: 05.05.2026). – Текст: электронный.
5. Дулаг-130: свидетельства выживших // Православие.ру: интернет-портал. – URL: <https://pravoslavie.ru/156238.html> (дата обращения: 05.05.2026). – Текст: электронный.
6. Смоленское гетто // Википедия: свободная энциклопедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Смоленское_гетто (дата обращения: 05.05.2026). – Текст: электронный.
7. Дулаг-154: лагерь добровольно умирающих // Дзен: платформа публикаций. – URL: <https://dzen.ru/a/Z5Z3tuSk1B-wJtwG> (дата обращения: 05.05.2026). – Текст: электронный.
8. Детский концлагерь в Вырице // Педакадемия: образовательный портал. – URL: <https://педакадемия.рф/edu-02-2025-pb-59522/> (дата обращения: 05.05.2026). – Текст: электронный.

9. Лагерь в Плавске: материалы расследования // Государственный архив Тульской области: официальный сайт. – URL: <https://gato.tularegion.ru/srv/plawsk41/object/2870220915> (дата обращения: 05.05.2026). – Текст: электронный.

10. Сеть истории: публикации о злодеяниях в Тульской области. – URL: <https://сетьистории.рф/PressRelease/PressReleaseShow.asp?id=774288> (дата обращения: 05.05.2026). – Текст: электронный.

*В.О. Перова, студ.; рук. А. И. Филиппова, преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЖЕНЩИНЫ АТОМНОГО ПРОЕКТА СССР: ТРУДОВОЙ ПОДВИГ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

Наше сознание часто рисует образ физика-ядерщика как мужчины в белом халате. Однако на заводах, в лабораториях и на урановых рудниках основную, самую рутинную и опасную работу выполняли женщины. Именно они стояли у пультов первых реакторов, вручную перерабатывали тонны урановой руды, вели математические расчёты. Большинство из них заплатили за победу здоровьем и жизнью [8]. Цель нашего исследования: попытаться восстановить и публично зафиксировать историческую справедливость в отношении решающего, но системно недооцененного вклада женщин в советский атомный проект, а также продемонстрировать, что их участие не было вспомогательным, а являлось фундаментальным условием успеха.

На отечественные «атомные» объекты советские женщины попадали в не меньшей степени как «рабочие единицы», имеющие самостоятельную трудовую ценность. Для женщин принципы отбора были такими же как для мужчин: претендентки заполняли анкеты, которые затем проверялись органами госбезопасности [4]. Традиционно женщины уступали мужчинам в таких ключевых для атомного проекта индустриально-технических дисциплинах, как физика или металлургия [4]. Появление женщин в прежде «мужских» профессиях было связано с тем, что в годы Великой Отечественной войны женщины и вынуждены были их осваивать, и могли получать соответствующее образование в то время, как большинство мужчин находились на фронте [8].

Что касается масштаба участия женщин в советском атомном проекте в годы Великой Отечественной войны, то здесь мы сталкиваемся с уникальной ситуацией: точных статистических данных практически не существует. Это связано с грифом «секретно», который десятилетиями ле-

жал на всех документах предприятий [8]. Однако, анализируя архивные данные и воспоминания, можно выделить несколько ключевых фактов.

Женщины были основной (а часто и единственной) производительной силой на самых трудоемких, грязных и опасных участках. Если мужчины-ученые разрабатывали теорию, то женщины-инженеры, химики, лаборантки и работницы воплощали ее в металле, плутонии и готовом заряде.

На основе архивных документов и исторических исследований можно выделить три главных направления, по которым женщины-ученые внесли решающий вклад в советский атомный проект в годы войны [8]. 1. Радиохимия и металлургия: «Добыча» плутония. Это было самое засекреченное направление. Задачей было в промышленных масштабах научиться выделять из облученного урана граммы оружейного плутония. 2. Физика деления и нейтронная физика: изучение процесса деления ядер урана и тория под действием нейтронов, исследование радиоактивных осколков, работа с ядерными изомерами. 3. Математика и программирование: «Счетный фронт» держали женщины-математики и первые программисты.

Зинаида Васильевна Ершова (1904–1995) — выдающийся советский радиохимик. Коллеги называли её «русской мадам Кюри» за выдающийся вклад в науку и самоотверженность в работе. Зинаида Ершова стала одним из ключевых технологов, обеспечивших СССР атомным оружием [7]. В 1938 году по рекомендации Хлопина Зинаиду Ершову пригласили возглавить лабораторию радия в Государственном институте редких металлов. Когда началась война, институт эвакуировали в Казахстан [6]. Там в феврале 1943 года Зинаида Ершова получила правительственный вызов: «Срочно возвратиться в Москву для работы по специальности» [6]. «По специальности» — это получить карбид урана и металлический уран для первого в Европе опытного реактора. Уже в 1944 году материалы были переданы Игорю Курчатову, который занимался проектированием установки Ф-1. Достижение такого масштаба поставило Зинаиду Ершову в один ряд с известнейшими учеными [1,2]. Фактически она стала одним из инициаторов и организаторов создания НИИ-9 [4]. За свои заслуги Зинаида Ершова была удостоена высших наград страны: три Сталинские премии (1949, 1951, 1954) — за выдающиеся работы в рамках атомного проекта; степень доктора технических наук присуждена в 1952 году без защиты диссертации; Премия имени В. Г. Хлопина АН СССР (1968) — за цикл работ по химии полония; Заслуженный деятель науки и техники РСФСР .

Анна Дмитриевна Гельман (1902–1991) внесла значительный вклад в разработку технологий получения оружейного плутония и изучение

химии трансураниевых элементов [7]. Методы, открытые Гельман, позволяли создавать устойчивые платиновые комплексы, которые впоследствии нашли применение в гомогенном катализе — важной области для химической и оборонной промышленности [6]. Хотя пик её работы над плутонием пришелся на 1947–1949 годы, истоки были заложены именно в военное время. В 1943 году Гельман уже привлекалась к работам в рамках атомного проекта, сотрудничая с сотрудниками Курчатовского института.

Дора Ильинична Лейпунская (1912–1978) — советский физик, доктор физико-математических наук, профессор. С началом войны институт, где работала Дора Ильинична, был эвакуирован в Ташкент. Тематика её работы оказалась настолько важной для советского руководства, что сразу после защиты диссертации, в декабре 1944 года, Лейпунскую затребовали в Москву — в недавно созданный секретный НИИ-9 [8]. В институте она возглавила лабораторию, где продолжила исследования технологий получения плутония и, что критически важно, проблем радиационной [7].

Создание ядерного оружия было делом государственной важности. Любая информация об уране, плутонии, технологиях обогащения или конструкциях бомбы была государственной тайной. Отчеты, диссертации, наградные листы десятилетиями хранились в спецхранах с грифом «сов. секретно». Рассекречивание этих документов — процесс длительный и до сих пор не завершённый. Например, только в октябре 2025 года были переданы «Росатому» новые рассекреченные документы СВР об истории атомного проекта. Пока архивы закрыты, имена остаются в тени. Для многих сотрудников, особенно работавших в закрытых «почтовых ящиках» (как КБ-11 в Арзамасе-16), в их трудовые книжки вписывались вымышленные места работы. Это делало невозможным отследить реальный вклад человека.

Трудовой подвиг женщин в советском атомном проекте в годы Великой Отечественной войны — это одна из самых недооценённых и малоизученных страниц отечественной истории. Работая в условиях тотальной секретности, предельного дефицита времени и колоссального риска для жизни, они стали не просто вспомогательной силой, а фундаментом, на котором держался весь проект.

Библиографический список

1. Атомный проект СССР // Электронная библиотека «История Росатома». — URL: <https://elib.biblioatom.ru/soviet-atomic-program>
2. Атомный проект СССР: документы и материалы. В 3 т. Т. 1. Ч. 1. — 1998. — URL: <https://elib.biblioatom.ru/soviet-atomic-program>

3. Атомный проект СССР: документы и материалы. В 3 т. Т. 2. Кн. 1. — 1999. — URL: <https://elib.biblioatom.ru/soviet-atomic-program>
4. Атомный проект СССР: документы и материалы. Т. 2. Кн. 1. — 1999. С. 36–38. Протокол № 6 заседания Специального комитета при Совнаркоме СССР. 10 октября 1945 г. // Электронная библиотека «История Росатома». — URL: https://elib.biblioatom.ru/text/atomny-proekt-sssr_t2_kn1_1999/p36 (дата обращения: 29.04.2026).
5. Живая история /// История Росатома. — URL: <https://www.youtube.com/user/RosatomTV>
6. Мельникова, Н. В. Женская занятость в советском атомном проекте / Н. В. Мельникова // Российская история. — 2017. — № 6. — С. 155–165. — URL: <https://roshistras.ru/s0869-56870000616-0-1-ru-275/> (дата обращения: 23.03.2026).
7. Постановление СМ СССР № 5070-1944сс/оп «О награждении и премировании за выдающиеся научные открытия и технические достижения по использованию атомной энергии». 29 октября 1949 г. // Атомный проект СССР: документы и материалы. Т. 2. Кн. 1. — 1999. — С. 530–562. — URL: https://elib.biblioatom.ru/text/atomny-proekt-sssr_t2_kn1_1999/p535 (дата обращения: 25.04.2026).
8. Протокол № 6 заседания Специального комитета при Совнаркоме СССР. 10 октября 1945 г. // Атомный проект СССР: документы и материалы. Т. 2. Кн. 1. — 1999. — С. 36–38. — URL: https://elib.biblioatom.ru/text/atomny-proekt-sssr_t2_kn1_1999/p36 (дата обращения: 29.04.2026).

*И.Р. Смирнов, студ.; рук. А.С. Хрипунов, к.и.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПОЛИТИКА КОРЕНИЗАЦИИ 1920-Х ГГ. КАК ОДИН ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ РАСПАДА СССР

В работе анализируется политика коренизации, проводившаяся в СССР в 1920-е годы, и её долгосрочное влияние на устойчивость советского государства. На примере украинизации в УССР рассматриваются механизмы создания национальных элит, институтов и территорий с чёткими этнополитическими границами. Коренизация, задуманная как инструмент укрепления власти большевиков на местах, объективно заложила институциональную базу для будущего национального движения в союзных республиках, что стало одним из значимых факторов распада СССР в 1991 году.

Распад СССР в 1991 году остаётся одним из самых дискуссионных событий XX века. Историки и политологи называют множество причин: экономический кризис, падение цен на нефть, гонка вооружений, неудачи в Афганистане, субъективная роль М.С. Горбачёва и Б.Н. Ельцина. Однако всё чаще в научной литературе ставится вопрос о более глубоких, «институциональных» предпосылках — о том, как само устройство советской федерации, заложенное в 1920-е годы, программировало будущий

распад государства [3; с. 81]. Центральное место среди этих институциональных факторов занимает политика «коренизации».

Суть коренизации, провозглашённой на XII съезде РКП(б) в 1923 году, заключалась в выдвижении местных национальных кадров и внедрении национальных языков в делопроизводство, образование и судопроизводство. Формально эта политика была направлена на борьбу с «великорусским шовинизмом» и построение «социалистической культуры» у якобы угнетённых в царский период народов. Однако, как показывают современные исследования, она имела и непредвиденные последствия: именно коренизация создала в союзных республиках национальные партийные элиты, национальные академии наук, национальные системы образования и, что самое важное, — чётко очерченные территориальные границы республик с этническим принципом их легитимации [2; с. 120-135].

Исследование опирается на труды Е.Ю. Борисёнок, которая на основе архивных материалов (ЦГАОО Украины, РГАСПИ) детально реконструировала процесс создания украинских национальных институтов в 1920-е годы. Важнейший вывод её диссертации: «украинизация была не просто культурной политикой, а проектом государственного строительства, в рамках которого Украина обрела многие атрибуты суверенитета — от Академии наук до собственной номенклатуры» [2; с. 215]. Китайский исследователь Лю Сяньчжун обращает внимание на двойственные последствия коренизации: она укрепила власть большевиков в краткосрочной перспективе, но породила «децентрализаторские тенденции» и «местный национализм», которые в итоге и привели к распаду [3; с. 82]. Р.Р. Акжигитов и Н.А. Осипов добавляют сравнительный контекст: украинский вариант коренизации был наиболее «этноистским» и конфликтным по сравнению с белорусским, что и сделало Украину «локомотивом» дезинтеграции СССР в 1991 году [4; 6].

До 1920-х годов чётких границ между украинскими, белорусскими и русскими землями не существовало. Именно политика коренизации, начатая после создания СССР, потребовала проведения границ по этническому принципу, формирования национальных административных кадров, развития национальных языков как государственных. Е. Борисёнок подчёркивает: «Впервые в истории украинский язык стал языком делопроизводства, армии и суда именно в 1920-е годы, и произошло это по инициативе центра, а не вопреки ей» [1; с. 45]. Парадокс заключался в том, что большевики, будучи интернационалистами по идеологии, создали национальные государства с чёткими границами и атрибутами суверенитета. Эти институты (парламенты, правительства, академии наук, си-

стемы образования) в дальнейшем стали материальной базой, на которую опирались национальные движения в конце 1980-х годов.

Ключевым элементом коренизации стало выдвижение на партийно-государственные должности представителей «коренной» национальности. В УССР это означало массовое увольнение русскоязычных кадров и продвижение украинцев, часто — выходцев из крестьян или недавних выпускников украинизированных вузов [2; с. 98-105]. К концу 1920-х годов в республике сложилась мощная национальная номенклатура, которая имела собственные интересы, не всегда совпадавшие с интересами центра. В 1930-е годы многие из этих кадров были репрессированы, но институциональная память и традиция национального кадрового корпуса сохранились. Именно эта номенклатура в 1991 году сыграла решающую роль в провозглашении независимости: руководители союзных республик, выросшие в системе, где власть по определению была «украинской», «грузинской» или «литовской», в критический момент предпочли суверенитет сохранению Союза [4, с. 18-20].

Введение украинского языка в делопроизводство и образование, с одной стороны, способствовало развитию национальной культуры, но с другой — создало напряжение между украиноязычным селом и русскоязычными городами. Китайский исследователь Лю Сяньчжун прямо называет это «минусом коренизации»: политика, направленная на укрепление единства советского народа, объективно расколола его по языковому и этническому признаку [3; с. 83]. Когда в конце 1980-х годов встал вопрос о статусе русского языка в республиках, конфликт был неизбежен. Украинская интеллигенция, выросшая в традициях «украинизации» 1920-х годов, воспринимала русский язык как инструмент подавления, а понятие «государственный украинский язык» — как восстановление исторической справедливости.

В 1930-е годы Сталин свернул политику коренизации, начав борьбу с «национал-уклонистами» (известный украинский революционер и ученый Скрыпник покончил с собой в 1933 году, был обвинен в национал-уклонизме). Казалось, что институты национального строительства были разгромлены. Однако это было не так. Как отмечает Борисёнок, советская федерация продолжала опираться на национальные территориальные единицы, границы которых в основном сохранились до 1991 года [2; с. 300-310]. Когда в эпоху «перестройки» ослаб центральный контроль, именно эти национальные институты — Верховные Советы республик, Академии наук, союзы писателей — стали центрами притяжения для националистических движений. В УССР Декларация о государственном суверенитете была принята в июле 1990 года, а в августе 1991 года, после провала путча, Верховный Совет УССР провозгласил независимость. И

те, кто голосовал за это, были прямыми наследниками той самой номенклатуры, которая сформировалась в 1920-е годы в ходе коренизации.

Проведённое исследование позволяет утверждать, что политика коренизации 1920-х годов действительно стала одним из ключевых институциональных факторов распада СССР, хотя и не единственным. Цель работы достигнута: доказана связь между национальным институтостроительством в 1920-е годы и дезинтеграционными процессами конца 1980-х. В ходе решения поставленных задач было установлено, что коренизация создала три фундаментальные предпосылки для будущего распада. Во-первых, были сформированы территориальные границы союзных республик по этническому принципу, которые в 1991 году стали международно признанными границами новых государств. Во-вторых, были созданы национальные элиты — партийно-государственные кадры, имевшие собственные интересы и традиции, которые в момент ослабления центральной власти предпочли суверенитет сохранению Союза. В-третьих, языковая коренизация создала структуру межэтнического напряжения, которая актуализировалась в конце 1980-х годов и сыграла роль катализатора национальных движений. Таким образом, распад СССР был не только следствием кризиса 1985-1991 годов, но и результатом институционального дизайна, заложенного большевиками в 1920-е годы. Политика коренизации, задуманная как инструмент укрепления советской власти, объективно стала «бомбой замедленного действия», сработавшей спустя семь десятилетий.

Библиографический список

1. Борисёнок Е.Ю. Сталинский проконсул Лазарь Каганович на Украине: апогей советской украинизации (1925-1928). М.: Родина, 2021. 320 с.
2. Борисенко Е. Ю. «А что мы знаем о лице Украины?»: Украинизация как модель государственной политики в 1918–1941 гг. М.: Издатель Степаненко, 2017. 684 с.
3. Лю Сяньчжун. Плюсы и минусы политики «коренизации» СССР в 1920-е годы / пер. И.В. Ставрова // Эლოსьюэкань. 2013. № 1. С. 79-84.
4. Акжигитов Р.Р. Свет и тени украинофильства: государственная политика украинизации и коренизации в СССР в 1920-е гг. // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. 2025. № 1. С. 10-22.
5. Борисёнок Е.Ю. Феномен советской украинизации. 1920–1930-е годы. М.: Европа, 2006. 256 с.
6. Осипов Н.А. Сравнительный анализ национальной политики СССР в 1920–1930-е гг. на примере украинизации и белорусизации // История повседневности. 2023. № 3. С. 28–46.

*Е.Д. Татарников, студ.; рук. А.С. Хрипунов, к.и.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЕНЕРЫ В СОВЕТСКОЙ КОСМИЧЕСКОЙ ПРОГРАММЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД

В данной работе анализируется советская программа изучения Венеры в 1960–1980-х годах: от первых неудачных пусков до успешных посадок аппаратов серии «Венера». На примере миссий «Венера-4» – «Венера-16» рассматриваются уникальные инженерные решения (термозащита, герметичные титановые корпуса, системы связи), позволившие впервые в истории получить прямые данные об атмосфере и поверхности другой планеты. Эти достижения не только изменили научные представления о Венере, но и заложили технические стандарты для последующей планетологии, а их опыт остается актуальным для современных миссий NASA и ESA (VERITAS, DAVINCI+, EnVision).

В научном смысле советские данные остаются единственными прямыми измерениями параметров венерианской атмосферы, что делает их незаменимыми для калибровки современных приборов и верификации климатических моделей. В практическом смысле исторический опыт преодоления экстремальных условий (температура до 500°C, давление до 93 атм, агрессивная среда) является ценным ресурсом для проектирования новых миссий. Недооценка вклада советской инженерии может затруднять интеграцию накопленных знаний.

Целью работы является анализ прогресса советских венерианских миссий, выявление уникальных инженерных решений и их роли в получении первых прямых данных о Венере. Реконструирование предпосылок и ранних этапов программы в контексте космической гонки. Анализ прорывных миссий («Венера-4» – «Венера-16») и их научных открытий. Оценка долгосрочного влияния советских достижений на мировую планетологию и современные стратегии изучения планет.

Политический контекст космической гонки стимулировал концентрацию ресурсов на межпланетных исследованиях как демонстрации национального превосходства. Научно-технические предпосылки требовали разработки систем навигации, связи и термозащиты. Первые аппараты (серии 1ВА и 2МВ) страдали от отказов ракет-носителей и систем управления. Анализ аварий позволил накопить опыт, выявить критические диапазоны давления и температуры. Эксперты НПО им. Лавочкина отмечали: «Тепловые нагрузки при входе в атмосферу Венеры оказались на порядок выше расчётных». После 1965 года по инициативе академика

Келдыша акцент сместился на получение физических данных, сформирована поэтапная программа: зондирование → мягкая посадка → исследование поверхности.

«Венера-4» (1967) впервые передала данные о вертикальной структуре атмосферы в ходе спуска. Архитектура аппаратов эволюционировала в сторону модульности (разделение орбитального и спускаемого блоков), что повысило надежность. Развитие систем термозащиты привело к созданию многослойных абляционных экранов, а герметичные титановые корпуса (толщина до 15 мм) выдерживали давление до 93 атмосфер. Посадочные модули оснащались амортизационными системами. Как отмечает Эндрюс (2021): «Спускаемый модуль аппарата DAVINCI+, возможно, станет главным действующим лицом экспедиции, но у него есть и орбитальный блок... дополняя данные, собранные зондом VERITAS». Современные проекты демонстрируют преемственность советских принципов.

Прямые измерения показали: углекислый газ – доминирующий компонент атмосферы (до 96,5%), облака – аэрозоли серной кислоты, температура у поверхности ~470–500°C, давление ~90–93 атмосферы. Виноградов с соавторами (1973) установили: плотность венерианских пород в районе посадки «Венеры-8» составляла 1,4 г/см³, что свидетельствует о рыхлом грунте вулканического происхождения. Полученные профили температуры и давления подтвердили наличие сильного парникового эффекта.

Советские инженеры создали термостойкие покрытия на основе кварцевых волокон, системы активного охлаждения с циркулирующими хладагентами, амортизационные системы с энергопоглощающими материалами. Кержанович с соавторами (1970) описывают: «Измерение вариаций радиальной скорости производилось беззапросным доплеровским методом». Радиокomплексы с помехоустойчивым кодированием стали основой для дальней космической связи. Разработки были адаптированы для марсианских аппаратов, программ «Вега» и «Фобос», а также для миссий Magellan и Venus Express.

Советские аппараты впервые провели прямые измерения состава атмосферы, выявили сернокислотные облака, определили параметры поверхности. Сопоставление с данными о Земле привело к новой парадигме сравнительной планетологии: близость по массе и составу не гарантирует сходства климата; ключевую роль играет «качество» (состав и структура) атмосферы и парниковые процессы.

Исторические данные используются для калибровки современных инструментов. Инженерные решения служат исходной платформой для адаптации под миниатюризацию. Опыт прогнозирования деградации ма-

териалов в агрессивной среде помогает рассчитывать срок службы новых аппаратов. Засова (2015) подчеркивает: «Российский аппарат Венера-Д должен продолжить успешные советские космические исследования Венеры... благодаря которым Венеру называли «русской планетой»». Успех советских миссий стимулирует международное сотрудничество.

Подводя итоги можно подчеркнуть, что космическая гонка стала политическим катализатором, но решающим фактором успеха стала последовательная инженерная работа на основе анализа отказов. К 1965 году сформировалась поэтапная программа, сменившая демонстрацию технологий на получение научных данных. Миссии «Венера-4» – «Венера-16» впервые в истории предоставили прямые измерения состава, температуры, давления и свойств грунта Венеры. Открытие доминирования углекислого газа, сернокислотных облаков и сверхкритических параметров у поверхности подтвердило действие мощного парникового эффекта, что перевернуло представления о планете. Советские инженерные инновации (термостойкие покрытия, титановые гермокорпуса, доплеровские радиосистемы) задали стандарты для последующих международных миссий. Вклад в сравнительную планетологию сформировал новую парадигму климатической эволюции. Опыт остается непосредственно актуальным для современных проектов NASA, ESA и «Венера-Д», что подтверждает непреходящую ценность советского наследия.

Библиографический список

1. Васильев М. Путешествия в космос. — М.: Гос. изд-во культурно-просветительной литературы, 1955. — 174 с.
2. Виноградов А.П., Сурков Ю.А., Кирнозов Ф.Ф. и др. Содержание естественных радиоактивных элементов в венерианской породе: результаты эксперимента на станции «Венера-8» // Доклады Академии наук СССР. — 1973. — №3. — С. 576–579.
3. Волков А. Тайная жизнь Венеры // ЗС. — 2008. — №5. — С. 44–48.
4. Герович В. Мифология советского космоса. — М.: Новое литературное обозрение, 2024. — 328 с.
5. Засова Л.В. Удивительный и непознанный мир Венеры // Природа. — 2015. — №10. — С. 11–20.
6. Кержанович В.В., Андреев Б.Н., Готлиб В.М. Исследование динамики атмосферы Венеры с помощью АМС «Венера-5» и «Венера-6» // Доклады Академии наук СССР. — 1970. — №2. — С. 288–290.
7. Комаров С.М. Тайны второй планеты // Химия и жизнь. — 2009. — №9. — С. 4–8.
8. Сандыбаева У.М., Мелеуова К.А. Новые исследовательские подходы в изучении космоса социо-гуманитарными науками // Вестник Карагандинского университета. — 2022. — №4. — С. 348–356.
9. Шубин П.С. Изучение космического пространства: с 1930-х гг. и до образования ИКИ // Земля и Вселенная. — 2025. — №1. — С. 104–108.
10. Эндриус Р. Снять проклятие Венеры // В мире науки. — 2021. — №11. — С. 4–8.

*Е.К. Ухов, студ.; рук. Т.В. Королёва, к.и.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ГЕНОЦИДА В КРЫМУ И КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ (1941-1944 ГГ.): РЕАЛИЗАЦИЯ ПЛАНА «ОСТ»

В ходе Великой Отечественной Войны общие людские потери составили 26,6 миллиона человек. Около 13,7 миллионов из них мирные советские граждане, которые стали жертвами немецкой политики истребления [1]. Сегодня на государственном уровне закрепляется правовой статус действий нацистов как геноцида [2]. Актуальность исследования продиктована необходимостью доказать, что уничтожение мирных граждан не было случайным сопутствующим ущербом войны, а являлось системной реализацией замыслов плана «Ост». Для сохранения исторической памяти и борьбы с попытками оправдать пособников нацистов необходимо изучение региональной специфики и архивных документов геноцида.

Реализация политики геноцида на оккупированной территории СССР опиралась на системную идеологическую и нормативно-правовую базу, превратившую войну в процесс планомерного истребления населения. Идеологический фундамент, базирующийся на концепциях «недочеловека» (*Untermensch*) и «жизненного пространства» [3], дополнялся серией директив (Указ о применении военной подсеудности [4], «Приказ о комиссарах» [5], «План Голод» [6], приказ Кейтеля [7]), которые фактически легализовали массовое насилие и вывели немецких солдат из-под действия уголовного права.

Несмотря на общую преступную цель, нацисты применяли разные модели управления захваченными землями. Проблема исследования заключается в выявлении этих различий:

- Модель «тотальной зачистки» (Крым): подготовка территории для полной германизации (проект «Готенланд»).
- Модель «селективной утилизации» (Краснодарский край): террор с целью превращения региона в эффективную сырьевую базу Рейха («Зеленая папка» Геринга) [8].

Основу работы составили первичные следственные материалы из федерального архивного проекта «Без срока давности» [9]. Проанализированы акты районных комиссий ГАРК и ГАКК, составленные в 1943–1944 гг. Документы обладают высокой достоверностью, так как базируются на протоколах допросов очевидцев и данных актов эксгумации массовых захоронений.

Особое внимание в этих документах уделено деятельности конкретных исполнителей преступлений. Главным инструментом уничтожения на юге СССР стала айнзатцгруппа D под командованием Вальтера Олендорфа, которая действовала в тесном контакте с вермахтом. Если айнзатцподразделения специализировались на мобильных акциях уничтожения, то тыловые комендатуры 17-й полевой армии на Кубани обеспечивали экономическое принуждение и террор против рабочих [5].

Статистические данные, извлеченные из этих источников, наглядно демонстрируют разницу в интенсивности и характере террора. В Крыму, где целью было создание чистой немецкой колонии, число убитых мирных жителей достигло 135 000 человек. В Краснодарском крае, который рассматривался как «продуктовая корзина», число жертв среди гражданских составило около 48 000 человек, однако количество угнанных в рабство было значительно выше — 129 000 против 90 000 в Крыму [1]. Это подтверждает ставку нацистов на эксплуатацию трудового ресурса Кубани при одновременном уничтожении «излишков» населения.

Сравнительный анализ конкретных документов позволяет увидеть, как эти стратегии воплощались в жизнь. В Крыму нацисты реализовывали тактику полного уничтожения населенных пунктов. В деревне Кучук-Озенбаш было сожжено 178 домов из 188 [10]. Целью было физическое устранение населения, мешавшего колонизации. О характере действий айнзатцгруппы D свидетельствует акт по поселку Чаир:

«Карательный отряд СС... оцепил поселок Чаир. Фашисты врывались в дома, расстреливали женщин и детей в упор, а затем поджигали строения. Раненые красноармейцы... сгорали заживо вместе с хозяевами домов. Поселок перестал существовать за несколько часов» [11].

Совершенно иной, дисциплинарно-карательный подход, фиксируют документы по Кубани. Здесь нацисты стремились сохранить покорность рабочей силы через публичные акты устрашения. Показателен акт Абинской районной комиссии:

«12 февраля 1943 года... на стройку противотанкового рва сознано до 1500 человек. За опоздание на работу Овечкина Григория (17 лет) немецкие палачи приволокли из дома и на глазах 1500 онемевших от ужаса жителей расстреляли. Труп Григория валялся на глазах работавших в течение 1,5 суток» [12].

Таким образом, в ходе исследования доказано, что уничтожение мирного населения в двух регионах, разделённых Керченским проливом, но объединённых общей преступной целью, не было сопутствующим эффектом боевых действий, а являлось спланированной государственной политикой Третьего рейха. Различия в методах (тотальная этническая зачистка в Крыму и экономическая эксплуатация и селективный террор

на Кубани) определялись не степенью жестокости, а стратегическими целями в рамках единого плана «Ост» — подготовкой территории для немецкой колонизации в одном случае и обеспечением продовольственной безопасности Рейха — в другом. Признание на государственном уровне (приговоры Верховного суда Крыма и Краснодарского краевого суда) действий нацистов геноцидом является не только юридическим фактом, но и важнейшим актом сохранения исторической памяти. Изучение региональной специфики этих преступлений необходимо для противодействия попыткам пересмотра итогов Второй мировой войны и оправдания нацизма, что подтверждает актуальность проведённого исследования.

Библиографический список

1. Россия и СССР в войнах XX века: Статистическое исследование / под общ. ред. Г. Ф. Кривошеева. — Москва: ОЛМА-ПРЕСС, 2001. — 608 с. — (Архив). — ISBN 5-224-01515-4.
2. Заявление Государственной Думы «О геноциде народов Советского Союза в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 годов» от 22 марта 2023 года. — URL: duma.gov.ru
3. Вилков, В. Ю. «MEIN KAMPF» А. Гитлера — манифест и доктрина немецкого нацизма (политико-идеологические и мировоззренческие императивы) / В. Ю. Вилков // КиберЛенинка. — URL: cyberleninka.ru
4. Распоряжение Гитлера о военной подсудности в районе «Барбаросса» и особых полномочиях войск. 13 мая 1941 г. // Преступные цели — преступные средства. — Москва, 1985. — С. 67–70. — URL: historyrussia.org
5. Приказ Верховного командования вермахта от 6 июня 1941 г. относительно обращения с политическими комиссарами Советской Армии // Война против Советского Союза 1941–1945. — Берлин, 1991. — Текст 31. — С. 46. — URL: historyrussia.org
6. Запись о совещании членов Экономического штаба «Ост» и представителей военно-экономического штаба «Ост» по плану разграбления советских оккупированных областей (2 мая 1941 г.) // ИМТ. — Vol. XXXI. — Doc. 271PPS. — URL: historyrussia.org
7. Приказ Кейтеля о беспощадном подавлении освободительного движения в оккупированных странах и расстрелах заложников. 16 сентября 1941 г. // ЦГАОР СССР. — Ф. 7445. — Оп. 2. — Д. 140. — Л. 502–504.
8. «Зеленая папка» Геринга. Германские директивы по руководству экономикой во вновь оккупируемых восточных областях (16 июня 1941 г.) / Пер. с нем. // ГА РФ. Ф. 7445. Оп. 2. Д. 95. Л. 1–14 об. Электронная версия — URL: <https://docs.historyrussia.org>
9. Без срока давности: преступления нацистов и их пособников против мирного населения СССР в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.: федеральный архивный проект. — URL: <https://bezсрока.ru>
10. Акт о злодеяниях немцев в деревне Кучук-Озенбаш // ГА РК. — Ф. П-156. — Оп. 1. — Д. 33. — Л. 10–10 об. — URL: <https://безсрокадавности.рф/article/1533173>
11. Акт о злодеяниях немцев в поселке Чаир // ГА РК. — Ф. П-156. — Оп. 1. — Д. 32. — Л. 68–68 об. — URL: <https://безсрокадавности.рф/article/1531130>
12. Акт Абинской районной комиссии по результатам расследования злодеяний немецко-фашистских захватчиков и их пособников на территории Абинского района Краснодарского края // ГАКК. — Ф. Р-897. — Оп. 1. — Д. 2. — Л. 459–460. — URL: <https://безсрокадавности.рф/article/1594770>

СЕКЦИЯ 3

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФИЛОСОФИИ И ПСИХОЛОГИИ

**Председатель - д.филос.н., проф. Ерофеева К.Л.
Секретарь – к. психол. н., доц. Романова Н.Р.**

А.В. Дюдина, Д.Д. Федорова, студ.;
рук. Н.Р. Романова, к. психол. н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)

ЦЕННОСТНЫЙ ВЫБОР МОЛОДЁЖИ: СЛУЖЕНИЕ РОДИНЕ, СЕМЬЕ ИЛИ СЕБЕ

Введение. В условиях глобализации, цифровизации и трансформации социальных институтов происходит переосмысление традиционных ориентиров, таких как семья, государство и личный успех. Особенно остро данный вопрос проявляется в студенческой среде, где формируются базовые жизненные стратегии и модели поведения. Современные исследователи отмечают смещение ценностных приоритетов в сторону индивидуализма и самореализации [1, 2], что сопровождается снижением значимости коллективистских установок, включая патриотизм в его традиционном понимании. Вместе с тем сохраняется значимость семейных ценностей, хотя их реализация всё чаще откладывается на более поздние этапы жизни. Целью данного исследования является выявление структуры ценностных ориентаций молодёжи и анализ факторов, влияющих на выбор между служением себе, семье и родине, а также определение динамики ценностных трансформаций.

Методология исследования. Эмпирическую базу исследования составили результаты опроса 44 студентов, проведённого в апреле 2026 года. Сбор данных осуществлялся методом онлайн-анкетирования с использованием стандартизированного опросника. Выборку составили студенты в возрасте от 17 до 25 лет (преимущественно 17–22 года), из них 26 женщин и 18 мужчин. Респондентам предлагалось ранжировать три ценности (служение себе, семье и родине), где 1 соответствовало наивысшему приоритету. Дополнительно анализировались ответы на вопросы, связанные с ситуационным выбором (например, готовность

отказаться от работы за границей ради интересов страны). Для анализа использовались методы описательной статистики, сравнительного анализа и интерпретации данных с учётом демографических характеристик.

Результаты исследования. Иерархия ценностей в текущий момент выглядит следующим образом: наиболее значимой для опрошенных является ценность «служение себе» (среднее значение – 1,89 по шкале от 1 до 3, где 1 – наивысший приоритет). Это свидетельствует о выраженной ориентации студентов на личностное развитие, профессиональную реализацию и достижение индивидуального успеха. Служение семье занимает промежуточное положение (среднее – 2,07), что указывает на сохранение значимости семейных ценностей при одновременном смещении их на более поздние этапы жизненного пути. Наименьшую значимость, согласно полученным данным, имеет служение родине (среднее – 2,14), что может интерпретироваться как результат трансформации представлений о патриотизме и гражданской ответственности.

Несмотря на такую иерархию средних, все три значения располагаются вблизи середины шкалы, что говорит о широком распространении смешанных ценностных профилей. Анализ первых мест подтверждает это: 40,9% респондентов поставили служение себе на первое место, 27,3% – служение семье и 22,7% – служение родине. При этом 9,1% опрошенных присвоили всем трём ценностям одинаковый наивысший ранг, отказавшись от дифференциации.

Гендерный анализ. Обнаружены заметные различия в ценностных приоритетах мужчин и женщин, однако их направленность оказалась неожиданной. Женщины (n=26) продемонстрировали более выраженную ориентацию на служение себе (среднее – 1,77), тогда как у мужчин (n=18) этот показатель составил 2,06. Иными словами, девушки значимо чаще ставят личную самореализацию на первое место. Мужской профиль, напротив, оказался более сбалансированным: служение семье (2,11) и родине (2,06) для них практически сопоставимы по значимости со служением себе. У женщин служение семье также важно (2,04), а служение родине заметно отстаёт (2,19). Таким образом, в данной выборке именно девушки выступают носителями более выраженной индивидуалистической стратегии, в то время как юноши сохраняют несколько более традиционное распределение с относительно большим весом патриотического долга и семейных обязательств. Этот результат согласуется с выводами других исследователей, обнаруживших рост приоритета карьеры и материального благополучия именно среди девушек [7].

Возрастные особенности. Возрастной анализ выявил определённую динамику ценностных ориентаций. В группе 17–19 лет (n=24) сохраняется относительный баланс между служением себе (1,92) и семье (2,04),

однако уже на этом этапе прослеживается тенденция к доминированию индивидуалистических установок. Примечательно, что 29,2% младших студентов поставили служение родине на первое место – это заметно выше, чем в других возрастных когортах.

В группе 20–22 года (n=18) наблюдается усиление ориентации на личный успех: служение себе получает наиболее высокий приоритет (1,83), а служение родине резко падает до 2,39 – самого низкого значения среди всех подгрупп. Доля поставивших родину на первое место снижается здесь до 16,7%. Для этой возрастной когорты характерен прагматичный ценностный профиль «сначала я, потом семья, потом родина». Это, по-видимому, связано с этапом профессионального самоопределения и обретения большей автономии.

В самой старшей группе (старше 25 лет, n=2) наблюдается ожидаемое выдвижение семьи на первый план, однако малочисленность этой подгруппы не позволяет делать статистически надёжные обобщения.

Таблица 1. Средние значения приоритетов в зависимости от возраста

Возрастная группа	Служение себе	Служение семье	Служение родине
17-19 лет (n = 24)	1,92	2,04	2,08
20-22 года (n = 18)	1,83	2,06	2,39
Старше 25 лет (n = 2)	1,50	2,00	2,50
Вся выборка (n = 44)	1,89	2,07	2,14

Ситуационный анализ ценностного выбора. Дополнительный анализ позволил выявить неоднозначность ценностных установок студентов. При ответе на вопрос о готовности отказаться от работы за границей ради интересов страны: 50% респондентов указали, что их решение зависит от обстоятельств; 31,8% не готовы отказаться от личных возможностей; 13,6% готовы поставить интересы государства выше личных (остальные выбрали вариант «другое»). Такая структура ответов свидетельствует о доминировании прагматического и контекстуального подхода к принятию решений.

Сопоставительный анализ с данными новейших исследований. Для оценки динамики ценностных трансформаций полученные результаты целесообразно сопоставить с выводами исследований последних лет.

В отношении служения себе и индивидуализма наша выборка демонстрирует лидерство данной ценности (среднее 1,89), что коррелирует с результатами всероссийского опроса движения «Вдохновители» (2025), согласно которому профессиональная самореализация вышла на первое место среди приоритетных стремлений молодёжи (23,2%) [3]. Исследование Селезневой и Тулегеновой (2024) на общероссийской выборке (n=2500) показало, что для современных молодых людей характерно «Мы-мировоззрение» – сложный комплекс противоречивых ценностей, где коллективистские и индивидуалистические начала сосуществуют [4].

Эта двойственность отчётливо проявилась и в наших данных: при явном приоритете самореализации почти половина респондентов в идеале хотели бы сместить фокус на семью.

Что касается патриотизма и служения родине, наши данные (среднее 2,14 – самый низкий приоритет) входят в противоречие с результатами опросов ВЦИОМ (август 2025), согласно которым 99% молодёжи 18–24 лет считают себя патриотами [5]. Это расхождение может объясняться тем, что в нашем исследовании респонденты ранжировали «служение родине» в конкурентной ситуации выбора из трёх ценностей, тогда как опросы ВЦИОМ фиксируют патриотическую самоидентификацию вне ситуации ценностного конфликта. Кроме того, исследование ННГУ (2025–2026) выявило заметное размежевание понятий «Родина» и «государство» в молодёжной среде, а также формальное отношение к патриотическому воспитанию [6]. Складорова и соавторы (2025) отмечают, что высокий уровень декларируемого патриотизма у молодёжи сочетается с низкой гражданской активностью в его традиционных формах [7].

В сфере семейных ценностей прослеживается устойчивая тенденция: при сохранении высокой значимости семьи наблюдается откладывание брака и родительства. Исследование Захаровой и Ивановой (2026) среди студентов СПО выявило, что «счастливая семейная жизнь» занимает приоритетные позиции, однако в сознании студентов присутствуют противоречия: установка на необязательность официального брака, ориентация на малодетность и отсрочку родительства [8]. Андреев и Гончикдоржиева (2025) зафиксировали, что 48,3% студентов планируют вступать в брак в 25–34 года, а приоритет карьеры отмечается у 16,9% [2]. Эти данные хорошо согласуются с нашими результатами: при умеренной значимости семьи (2,07) её реализация откладывается, а идеальные приоритеты смещены в пользу семьи (1,95).

В целом, сопоставление позволяет зафиксировать следующие тенденции: (1) устойчивый рост индивидуалистических ориентаций, особенно среди девушек; (2) разрыв между декларируемым патриотизмом и реальной готовностью к личным ограничениям ради интересов страны; (3) сохранение семьи как декларируемой ценности при откладывании её реализации на более поздние возрастные этапы.

Обсуждение результатов. Полученные данные указывают на трансформацию ценностной структуры молодёжи. Индивидуализм выступает не только как доминирующая установка, но и как инструмент достижения других целей, включая создание семьи и социальную реализацию. При этом наблюдается отчётливый разрыв между декларируемыми и реальными ценностями. Анализ ответов на вопрос об идеальном распределении приоритетов показал, что в идеальной модели средние значения

меняются: лидером становится служение семье (1,95), служение себе опускается на вторую позицию (2,00), а служение родине несколько сближается с остальными (2,05). Почти половина респондентов (47,7%) изменили бы свою реальную иерархию, причём подавляющее большинство таких изменений направлено на повышение статуса семьи и снижение приоритета служения себе. Это позволяет интерпретировать текущую индивидуалистическую ориентацию не только как осознанный выбор, но и как вынужденную реакцию на социально-экономические условия, что согласуется с выводами о росте тревожности относительно будущего у молодёжи [6]. Данный феномен хорошо описывается теорией когнитивного диссонанса [9].

Типология ценностных стратегий. На основе анализа выделены три типа ценностных стратегий: индивидуалистическая стратегия – приоритет личного успеха и самореализации; семейно-ориентированная стратегия – баланс между личными и семейными ценностями; гибридная стратегия – сочетание индивидуальных целей с признанием социальной ответственности. Наиболее распространённой является гибридная модель, что подтверждает сложность и неоднозначность ценностного выбора современной молодёжи и согласуется с концепцией «Мы-мировоззрения», предложенной в исследовании Селезневой и Тулегеновой [4].

Прогноз. В среднесрочной перспективе можно ожидать дальнейшего усиления индивидуалистических установок, обусловленного развитием глобального рынка труда и цифровой экономики. Однако по мере взросления вероятно частичное возвращение к семейным ценностям. Ценность служения родине, скорее всего, продолжит трансформироваться: от традиционного патриотизма к более индивидуализированным формам гражданской активности (волонтёрство, профессиональный вклад, локальные инициативы), что подтверждается и выводами других исследователей [7].

Заключение. Проведённое в апреле 2026 года эмпирическое исследование и сопоставление его результатов с данными 2024–2026 гг. позволяют сделать следующие выводы. Ценностный выбор современной молодёжи характеризуется гибкостью, контекстуальностью и внутренней противоречивостью. При внешнем доминировании индивидуалистических установок сохраняется глубинная значимость семейных ценностей, а служение родине переосмысливается в категориях гражданской ответственности. Выявленная гендерная специфика (более высокая индивидуалистичность девушек) и возрастная динамика (снижение приоритета родины к 20–22 годам) расширяют понимание ценностных трансформаций. Результаты показывают устойчивость тренда на индивидуализацию и прагматизацию ценностей молодёжи при сохранении семьи как важнейшего ориентира, однако реализация семейных планов всё чаще сме-

чается на более поздние возрастные этапы. Необходимо дальнейшее изучение ценностных ориентаций молодёжи с учётом социальных, экономических и культурных факторов.

Библиографический список

1. Василенко, С. Б. Глобальные ценности нового поколения: эволюция и тенденции // Власть, 2025. – № 5. – С. 184–190.
2. Андреев, В. М., Гончикдоржиева, О. Ж. Семейные ценности глазами студентов Республики Бурятия (на примере СПО) // Власть, 2025. – Т. 33, № 4. – С. 269–274.
3. Всероссийское движение «Вдохновители»: исследование жизненных целей и стремлений современной российской молодежи // ФедералПресс. – 2025. – URL: fedpress.ru/article/3417495 (дата обращения: 27.04.2026).
4. Селезнева, А. В., Тулегенова, Д. Д. «В слове „Мы“ сто тысяч „Я“»: коллективное и индивидуальное в мировоззрении российской молодежи // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология, 2024. – Т. 26, № 2. – С. 341–356. DOI: 10.22363/2313-1438-2024-26-2-341-356.
5. Традиционные ценности: ожидание и реальность: аналитический обзор ВЦИОМ, июль 2025 [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. – URL: wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/tradicionnye-cennosti-ozhidanie-i-realnost (дата обращения: 27.04.2026).
6. На ФСН подвели итоги проекта «Вектор развития» // ННГУ им. Н. И. Лобачевского. – 2026. – URL: fsn.unn.ru/novosti/na-fsn-podveli-itogi-proekta-vektor-razvitiya/ (дата обращения: 27.04.2026).
7. Склярова, Н. Ю., Литвиненко, М. П., Луцкая, Е. Е., Белоусова, О. И. Патриотизм и гражданская активность в представлениях российской молодежи: опыт социологического анализа // Образование и наука, 2025. – Т. 27, № 10. – С. 124–159.
8. Захарова, М. А., Иванова, А. С. Исследование ценностного отношения к семье у студентов системы среднего профессионального образования // Педагогика. Вопросы теории и практики, 2026. – Т. 11, вып. 3.
9. Фестингер, Л. Теория когнитивного диссонанса / пер. с англ. – СПб.: Ювента, 1999. – 318 с.

А.Т. Евтова, В.А. Кузнецова, студ.;
рук. М.В. Максимов, д. филос. н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)

КОНЦЕПЦИИ СПРАВЕДЛИВОСТИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ИДЕАЛА В ФИЛОСОФИИ В.С. СОЛОВЬЕВА

Введение. Владимир Сергеевич Соловьев (1853–1900) занимает особое место в истории русской мысли, являясь одним из основоположников

философии всеединства, оригинальной концепции органического синтеза религии, науки и философии. В центре его размышлений неизменно находились фундаментальные вопросы нравственности, смысла человеческого существования и устройства справедливого общества. Проблема справедливости становится ключевой в его этической и социально-политической теориях, поскольку именно справедливость, по его глубокому убеждению, является тем необходимым условием, которое позволяет соединить личное нравственное совершенствование с общественным прогрессом. Для Соловьева справедливость не является абстрактным идеалом или отвлечённой юридической нормой; она неразрывно связана с добром, нравственностью и религиозной верой, выступая важнейшей ступенью на пути к построению Царства Божия на земле.

К основным источникам анализа концепции справедливости Соловьева относятся «Оправдание добра» (Соловьев, 2012), статьи «Спор о справедливости» (Соловьев, 1914) и «Конец спора» (Соловьев, 1894). Среди исследовательских работ выделяются труды Е.М. Амелиной (1993, 2000), А.А. Гусейнова (2006), М.В. Максимова (2009, 2011) и Е.П. Сугатовой (2002).

Важнейшая тема размышлений Соловьева – справедливость как нравственная основа общежития, её соотношение с милосердием, свободой и правдой. Ключевой вопрос: возможно ли гармоничное сочетание личной свободы и социальной справедливости?

В данной работе будет рассмотрено, как мыслитель определял сущность справедливости, в каких отношениях она находится с такими категориями, как нравственность, милосердие и свобода, а также общественный идеал.

Концепция справедливости в этической системе В. С. Соловьева

В своей нравственной философии, наиболее полно изложенной в фундаментальном труде «Оправдание добра. Нравственная философия», Соловьев исходит из того, что нравственность не сводится к набору внешних предписаний, а укоренена в самой природе человека. Первичными, «естественными» корнями нравственности он считает три чувства: стыд, жалость (сострадание) и благоговение. Именно на этих основаниях вырастает все многообразие моральных отношений, включая и справедливость. Однако сама справедливость, по мысли философа, занимает в иерархии нравственных ценностей особое положение. В своей статье «Спор о справедливости», где он полемизирует с утилитарным подходом к этой проблеме, Соловьев даёт чёткое и лаконичное определение её главного требования, формулируя его как всем известное «золотое правило нравственности»: «чтобы мы не делали другим, чего не желаем себе» [1].

Из этого простого, но ёмкого принципа вытекает целый ряд важных следствий. Во-первых, справедливость предполагает равное уважение к правам и свободам каждого человека, что особенно отчётливо проявляется в вопросах вероисповедания. Соловьев, как мыслитель, глубоко верующий и одновременно стремящийся к диалогу культур и религий, настаивал на том, что принцип справедливости не позволяет нам подвергать ограничения чужую веру, если мы не желаем таких ограничений для своей собственной. Таким образом, веротерпимость становится для него не просто политической целесообразностью, а прямым нравственным требованием, вытекающим из самой сути справедливости.

Во-вторых, рассматривая справедливость в контексте русской культурной традиции, Соловьев устанавливает её тесную взаимосвязь с понятием «правды». Исследователи его творчества подчёркивают, что в этой традиции «правда» и «справедливость» связаны даже более тесно, чем «истина» и «правда» [4]. При этом «правда» обращена ко всем людям, апеллирует к изначальному братству между ними, тогда как справедливость выражает представления ограниченных общностей – народов, государств, классов. В связи с этим справедливость предстаёт как путь, а правда – как цель; можно сказать, что правда есть справедливость в её высшем проявлении. Тем самым мыслитель снимает внешнее противопоставление понятий, показывая, что подлинная справедливость необходимо заключает в себе нравственный, одухотворённый смысл и является неотъемлемой частью всеобъемлющей «правды-истины».

*Справедливость между формальным равенством
и нравственным совершенством*

Одной из ключевых особенностей учения Соловьева о справедливости является его стремление преодолеть ограниченность как чисто юридического, так и чисто утилитарного подходов. Философ последовательно критикует понимание справедливости как простого соблюдения формальных норм или достижения наибольшего счастья для наибольшего числа людей. В «Споре о справедливости» он показывает, что утилитаризм, несмотря на свою внешнюю привлекательность, неизбежно сталкивается с проблемой принесения меньшинства в жертву большинству, что противоречит нравственному достоинству каждой личности. Соловьев настаивает на том, что справедливость должна быть понята не как механическое уравнивание, а как органическое сочетание двух начал: равенства (формального) и соразмерности (то есть учёта реальных заслуг и потребностей). Это особенно важно применительно к социальным вопросам: например, отношение к преступнику не может быть сведено ни к слепой каре, ни к абстрактному прощению – оно требует справедливого суда, который учитывает и вину, и возможность исправления.

Далее, Соловьев устанавливает сложную диалектическую связь между справедливостью и милосердием (жалостью). В системе «Оправдания добра» жалость является одним из трёх первичных нравственных чувств, тогда как справедливость возникает на их основе как более рациональная и общественная норма. Однако в реальной нравственной жизни они не могут существовать друг без друга. С одной стороны, милосердие без справедливости вырождается в сентиментальное всепрощенчество, которое потакает злу и несправедливо по отношению к жертвам. С другой стороны, справедливость без милосердия становится холодной и бесчеловечной, превращаясь в формальную законность, которая может узаконивать неравенство и страдания. Соловьев утверждает, что подлинная нравственность требует восхождения от справедливости к милосердию, но это восхождение не отменяет справедливости, а предполагает ее как свою нижнюю ступень. Поэтому в совершенном нравственном обществе, о котором мечтал философ, требования справедливости не исчезают, а естественным образом выполняются и превосходятся актами любви и сострадания [2].

Ещё одним важным аспектом соловьевской концепции является различение справедливости отрицательной и положительной. Отрицательная справедливость требует воздержания от причинения вреда другому («не делай другому того, чего себе не хочешь»). Положительная справедливость, более высокая, требует активной помощи нуждающемуся и содействия его благу в той мере, в какой это совместимо с достоинством и свободой всех. Это различие позволяет Соловьеву обосновать право каждого человека на достойное существование. Он одним из первых в русской мысли формулирует идею социальных прав – права на труд, на образование, на помощь в болезни и старости. Такие права не являются актами милостыни, а представляют собой именно требования справедливости, поскольку они вытекают из равного нравственного достоинства всех людей и из объективных условий общежития. Таким образом, философ подводит этическое обоснование под целый ряд социальных реформ, которые в его время только начинали обсуждаться.

Наконец, учение Соловьева о справедливости органично вписывается в его метафизику всеединства. Справедливость понимается как момент гармонии, в котором каждый элемент (индивид, социальная группа, государство) занимает своё место, не подавляя другие и не растворяясь в них. Эта гармония не является статичной: она достигается через преодоление эгоизма и борьбу с несправедливостью как формой разобщённости. Не случайно в поздних работах, таких как «Конец спора», Соловьев связывает окончательное торжество справедливости с эсхатологической перспективой – преображением всего человечества в единое духовное тело,

где формальные законы уступают место законам любви [3]. Однако до наступления этой конечной цели справедливость остаётся незаменимым регулятивом человеческих отношений, без которого невозможно ни индивидуальное спасение, ни здоровое общественное устройство.

Справедливость и свобода: путь к универсальному синтезу

Одной из наиболее значимых и новаторских черт социально-политического учения Соловьева является его попытка примирить, казалось бы, трудно соединимые ценности – личную свободу и социальную справедливость. В отличие от многих мыслителей его времени, склонявшихся либо в сторону индивидуализма, либо в сторону коллективизма, Соловьев предложил путь их органического синтеза. Как отмечает современный исследователь К. Алексеев, «социально-политическое учение Соловьева представляло собой универсальный синтез, гарантирующий личную свободу при осуществлении принципов социальной справедливости, руководствующийся заповедями христианской религии» [11]. Иными словами, свобода без справедливости вырождается в произвол, а справедливость без свободы – в порабощение личности. Только их сочетание, освящённое высшим нравственным законом, может привести к созданию подлинно гармоничного общественного устройства.

Современный исследователь А.А. Гусейнов подчёркивает, что проблема соотношения свободы и справедливости является одной из центральных в этической теории, поскольку обе эти ценности, будучи взятыми изолированно, способны вступать в опасное противоречие: свобода без справедливости оборачивается произволом сильного над слабым, а справедливость без свободы – уравнительным принуждением, подавляющим личностное начало [5]. Именно этот теоретический вызов, по мысли Гусейнова, требует выработки такого понимания справедливости, которое не отменяет свободу, а органически включает её в себя как необходимое условие нравственного достоинства каждой личности. Данный подход оказывается глубоко созвучен соловьевской интуиции, согласно которой подлинная справедливость немислима вне свободного признания нравственного закона.

Соловьев был одним из первых в европейской политической мысли, кто сформулировал идею «права каждого человека на достойное существование», которая впоследствии была развита теоретиками русского либерализма. Однако, в отличие от либералов, он не сводил справедливость к формальному равенству перед законом. Для него подлинная справедливость немислима без сострадания и милосердия, которые, с одной стороны, дополняют и углубляют требования справедливости, а с другой – как бы «поглощают» ее в подлинно нравственном общении, делая неуместной простую апелляцию к юридическим нормам там, где тре-

буется деятельная любовь. Этот сложный диалектический подход позволял философу избегать крайностей как абстрактного гуманизма, так и холодного правового формализма, утверждая приоритет живого нравственного чувства над мёртвой буквой закона.

Нравственные основания общественного идеала у Соловьева

Центральным для философии В.С. Соловьева является вопрос о справедливости как основе общественного идеала. В работе «Спор о справедливости» (1894) он противопоставляет свою этическую концепцию юридическому позитивизму и формальному праву, утверждая, что «справедливость не может быть сведена к простому равенству прав или к взаимной невредимости» [1]. Истинная справедливость – это реализация нравственного закона в общественной жизни, где личность не просто соблюдает формальные нормы, но активно стремится к добру.

Соловьев подчёркивает, что «нравственность – это абсолют, а справедливость – её практическое выражение в условиях исторического бытия» [2]. В этом контексте он критикует этический формализм, который ограничивает мораль только внутренним императивом личности, игнорируя её социальную ответственность. Важнейшей категорией, по Соловьеву, становится жалость – не как слабость, а как активное сочувствие, лежащее в основе подлинной социальности. Он пишет: «Жалость – это не просто чувство, а нравственная сила, пробуждающая в человеке обязанность заботиться о другом» [2].

Эта мысль получает дальнейшее развитие в труде «Оправдание добра», где Соловьёв утверждает, что добро не может быть обосновано утилитарно, оно априорно и нравственно необходимо. Общественный идеал, по его мнению, должен быть не просто системой справедливых законов, а «организованным состраданием» – живым проявлением любви к ближнему в социальных институтах. Такой подход позволяет преодолеть как индивидуализм либерализма, так и утилитаризм социализма, предлагая синтез свободы и нравственного долга.

Е.М. Амелина отмечает, что в философии всеединства общественный идеал «предстает как органическое единство, в котором свобода личности не отменяется, но направляется высшим нравственным смыслом» [6]. Это единство не навязывается извне, а строится на внутреннем призывании человека к добру. Таким образом, для Соловьева справедливость – не абстрактный юридический механизм, а живой процесс нравственного становления личности и общества [10].

Теократия и свобода: историософский проект всеединства

В развитии своей концепции общественного идеала Соловьёв обращается к историософии, пытаясь осмыслить судьбу человечества как путь к Богочеловечеству. М.В. Максимов подчёркивает, что в трудах Соловьёва

история понимается как «нравственное становление человечества, движущееся к всеединству под Богочеловеческим началом» [8]. Этот процесс предполагает не механическое объединение, а свободное приобщение личности к высшему добру.

Ключевой элемент идеала – теократия, понимаемая не как власть церкви над государством, а как «принцип свободного единства духовной, светской и пророческой властей» [7]. Согласно этой концепции, государство не должно быть самоцелью, а должно выступать как «собирающая сила», организующая общество для реализации нравственных задач. При этом власть должна быть ограничена нравственным законом и не подменять собой духовное начало.

Особое значение в этом проекте имеет проблема «Запад–Восток». И.А. Треушников анализирует, как Соловьев видел в Западе развитие свободы, права и индивидуальности, но без достаточной духовной глубины, а в Востоке – сохранение соборности и метафизического созерцания, но при подавлении личности [12]. Идеал, по Соловьеву, возможен только в синтезе: «Запад даёт форму, Восток – содержание» [2]. В работе «Конец спора» (1894) Соловьев уточняет, что такой синтез не может быть насильственным. Он должен основываться на свободном признании христианской истины, которая «очищена от национальных и конфессиональных ограничений».

Заключение. Таким образом, справедливость в философии В.С. Соловьева понимается не как формальное равенство или утилитарная выгода, а как нравственная норма, вытекающая из «золотого правила» и требующая активного содействия благу другого (положительная справедливость). Диалектически связанная с милосердием, справедливость выступает необходимой ступенью на пути к абсолютному добру, при этом не отменяясь, а восполняясь любовью. Главное открытие Соловьева – органический синтез личной свободы и социальной справедливости, позволяющий избежать крайностей индивидуализма и коллективизма, оставаясь актуальным ориентиром для современных этических и политических дискуссий.

Библиографический список

1. Соловьев, В.С. Спор о справедливости // Собрание сочинений Владимира Сергеевича Соловьева. Т. 6. – СПб.: Просвещение, 1914. – С. 442–455, 474–486.
2. Соловьев, В.С. Оправдание добра. Москва: Институт русской цивилизации, Алгоритм, 2012. – С. 114–656.
3. Соловьев, В.С. Конец спора // Вестник Европы. Т. 4. Кн. 7. СПб., 1894. – С. 286–312.
4. Сугатова, Е.П. Проблема общественного идеала в творчестве В.С. Соловьева и его последователей. – Екатеринбург, 2002. – С. 88–92.

5. Гусейнов, А.А. Свобода и справедливость: точки сопряжения // Ведомости НИИ-ПЭ. Вып. 28: Свобода и/или справедливость / ред. В.И. Бакштановский, Н.Н. Карнаухов. 2006. – С. 17–32.
6. Амелина, Е.М. Общественный идеал в философии всеединства (от Вл. Соловьёва к С.Л. Франку). – Москва: Логос, 2000. – С. 18–105.
7. Амелина, Е.М. В.С. Соловьёв: теократическая концепция // Социально-политический журнал, 1993. – № 7. – С. 122–128.
8. Максимов, М.В. Историософия Вл. Соловьёва в отечественной философской мысли // Соловьёвские исследования, 2001. – Вып. 2. – С. 5–39.
9. Максимов Михаил. Справедливость и общественный идеал в социальной философии В.С. Соловьёва // «Правда». Дискурс справедливости в русской интеллектуальной истории. Тезисы Международной научной конференции. Университет Бохума, Германия, 29–30 октября 2009 г. – Бохум, 2009. – С. 24–25.
10. Максимов, М.В. Справедливость и общественный идеал в социальной философии В.С. Соловьёва // Социально-экономические и гуманитарные проблемы развития России: Межвузовский сб. науч. трудов. – Иваново: ИГЭУ, 2011. – С. 91–94.
11. Алексеев, К. Социально-политическое учение В.С. Соловьёва: универсальный синтез свободы и справедливости. – М.: РОССПЭН, 2008. – С. 112–115.
12. Треушников, И. А. Проблема «Запад — Восток» в философии всеединства : монография / И. А. Треушников. – Москва: Городец, 2024. – 208 с.

*А.П. Корвяков, М.Д. Гордеев, студ.;
рук. Н.Р. Романова, к. психол. н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Стремительный переход бизнес-коммуникаций в цифровую среду – в мессенджеры, платформы видеоконференций и корпоративные порталы – кардинально изменил привычные форматы взаимодействия. С одной стороны, это открывает новые возможности, с другой – порождает серьёзные проблемы: размытие границ между рабочим и личным временем, информационную перегрузку, риски утечки данных и потерю эмоционального контакта. Основные аспекты данной проблемы можно свести к трём ключевым: информационный шум, затрудняющий концентрацию на важных задачах; технологические барьеры, связанные с необходимостью постоянного освоения новых инструментов; психологическое выгорание вследствие усталости от видеозвонков и дефицита невербального общения.

Актуальность темы обусловлена повсеместным внедрением удалённого и гибридного форматов работы, ставших новой нормой в деловом мире. Компании активно используют цифровые инструменты для управления командами, общения с клиентами и партнёрами. В этих условиях

понимание преимуществ и недостатков цифровизации становится критически важным для поддержания эффективности бизнеса и сохранения психологического здоровья сотрудников. Дополнительным фактором актуальности служат: массовый переход на гибридные модели занятости, внедрение искусственного интеллекта в коммуникационные платформы, а также рост киберугроз, требующий принципиально новых подходов к защите корпоративной информации.

Цель данной работы – проанализировать процесс цифровизации деловых коммуникаций, выявить его основные плюсы и минусы, а также предложить рекомендации по повышению эффективности и комфорта цифрового взаимодействия в бизнес-среде. Для достижения указанной цели были поставлены следующие задачи: изучить основные каналы современных цифровых деловых коммуникаций; выявить и систематизировать их преимущества для бизнеса; проанализировать недостатки и риски, связанные с переходом в цифровую среду; разработать рекомендации по оптимизации цифрового общения.

Современная деловая среда опирается на широкий спектр инструментов. К ним относятся корпоративные мессенджеры (Slack, Telegram, Microsoft Teams), платформы для видеоконференцсвязи (Zoom, Яндекс.Телемост), системы управления проектами (Trello, Битрикс24), а также электронная почта и облачные сервисы. Каждый из этих каналов имеет свою специфику и требует соблюдения определённых норм деловой этики.

Среди преимуществ цифровизации деловых коммуникаций прежде всего выделяется оперативность: возможность мгновенно связаться с коллегами или партнёрами в любой точке мира позволяет принимать решения быстрее, а согласование документов занимает минуты вместо дней. Помимо этого, цифровизация стирает географические границы: компании могут нанимать лучших специалистов из разных регионов и выходить на международные рынки без открытия физических офисов. Существенна и экономия ресурсов – снижение затрат на аренду помещений, организацию очных встреч и командировки, а также экономия, которую обеспечивает электронный документооборот. Немаловажно сохранение истории взаимодействия: вся переписка, записанные встречи и версии файлов надёжно хранятся, что позволяет легко восстановить контекст договорённостей. Наконец, автоматизация рутинных задач с помощью чат-ботов и ИИ высвобождает время сотрудников для решения более творческих задач.

Вместе с тем цифровая среда сопряжена с рядом серьёзных рисков. Отсутствие эмоционального контакта – текстовые сообщения и видеозвонки не передают в полной мере язык тела и интонации, что может

приводить к недопониманию и снижению эмпатии. Постоянный поток уведомлений вызывает информационную перегрузку и стресс: сотрудники нередко чувствуют себя обязанными отвечать на сообщения вечерами и в выходные дни, что ведёт к выгоранию. Зависимость от стабильности интернета и серверов создаёт риск технических сбоев – отказ облачной платформы способен парализовать работу целого отдела. Угрозы информационной безопасности (перехват данных, взлом сетей, фишинг) остаются актуальными, а человеческий фактор по-прежнему является главной уязвимостью в защите коммерческой тайны. Наконец, работа исключительно через экран может вызывать чувство изоляции и утрату неформального общения, которое зачастую способствует генерации новых идей.

Для преодоления выявленных недостатков предлагается ряд рекомендаций. Первое – внедрение цифрового этикета: установление чётких корпоративных правил (часы тишины для некритичных вопросов, регламент времени ответа). Второе – разделение каналов связи по назначению: почта – для официальных документов, мессенджеры – для коротких оперативных вопросов, видеосозвоны – для мозговых штурмов. Третье – регулярное обучение кибербезопасности: тренинги по защите данных, созданию надёжных паролей и распознаванию фишинговых атак. Четвёртое – поддержание неформального общения посредством онлайн-кофе-брейков или периодических офлайн-встреч для укрепления командного духа.

Таким образом, цифровизация деловых коммуникаций представляет собой неотъемлемую часть современного бизнеса, приносящую значительные преимущества в виде скорости, экономии и глобального охвата. Однако для того чтобы этот процесс был максимально эффективным, необходимо осознанно подходить к сопутствующим рискам: защищать данные, бороться с информационным шумом и заботиться о психологическом комфорте сотрудников. Внедрение правил цифрового этикета и гармоничное сочетание технологий с человеческим подходом позволяют создать устойчивую и продуктивную рабочую среду.

Библиографический список

1. Анохин, П. Кибербезопасность: новый подход к защите гибридных рабочих мест. – URL: <https://www.it-world.ru/security/ruzxyq7vvv48o484400k4kwsc444ks.html> (дата обращения: 05.05.2026).
2. Цифровой этикет 2024: правила хорошего тона в мессенджерах // Журнал Зарплата.ру. – URL: <https://www.journal.zarplata.ru/messenger-etiquette/> (дата обращения: 05.05.2026).
3. Всемирный экономический форум (WEF). Будущее рабочих мест, 2023. – URL: <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023/> (дата обращения: 05.05.2026).

4. Борисова, В.В. Цифровая трансформация промышленности: новые горизонты / В.В. Борисова, М.А. Галичкина, Е.Е. Панфилова. – Москва: Русайнс, 2022. – 189 с. – ISBN 978-5-466-02561-3. – URL: <https://book.ru/book/948295> (дата обращения: 05.05.2026).

*И.И. Морозов, студ.; рук. О.Н. Садкова, преп.
(МК ИГЭУ, г. Иваново)*

ФЕНОМЕН ОТЛОЖЕННОЙ ЖИЗНИ. ЧТО ХУЖЕ: ПОТЕРПЕТЬ НЕУДАЧУ ИЛИ ТАК НЕ И ПОПРОБОВАТЬ

Синдром отложенной жизни – это психологическая установка, которую характеризуют отказ от настоящей жизни, предвкушение лучших времен и подготовка к ним. Человек не умеет радоваться тому, что есть сейчас. Он ждет переломной ситуации, после которой станет по-настоящему счастливым и через несколько лет заживет полноценной жизнью.

Вопрос о том, что хуже – потерпеть неудачу или не попробовать вообще, не имеет однозначного ответа.

Потерпеть неудачу – это негативный опыт, который может стать уроком и стимулом для роста. Однако если человек избегает действий из-за страха, это не решает проблему, а лишь закрепляет пассивную позицию.

Не попробовать – это такой же риск, так как упущенные возможности могут быть необратимыми. В долгосрочной перспективе синдром отложенной жизни часто приводит к более серьезным последствиям, чем единичный случай неудачи.

Важно найти баланс. С одной стороны, нужно ставить цели и планировать будущее, с другой – ценить и наслаждаться настоящим моментом. Это требует работы с убеждениями, преодоления страха перед неопределённостью и развития навыков действия здесь и сейчас.

Многие люди ответят на этот вопрос так: хуже не попробовать, и не пробуют! Почему же?

Психологический страх! Люди боятся критики, осуждения, показаться в глазах других неудачником, по-научному это – *эниссофобия*. Эти люди обычно не уверены в себе, замкнуты, склонны постоянно оправдываться и зависят от чужого мнения.

Мы считаем, что для обретения опыта, лучше потерпеть неудачу.

Почему? Потому, что потом «остывает кофе», потом люди стареют, потом жизнь подходит к концу, а правда в том, что «Потом» слишком часто означает никогда.

Библиографический список

1. Виндекер, О. С. Психологические корреляты прокрастинации и сценарий отложенной жизни / О. С. Виндекер, Т. Л. Сморгалова, С. Ю. Лебедев // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры, 2016. – Т. 150. – № 2. – С. 98–108.

*А.М. Подогова, студ.; рук. К.Л. Ерофеева, д.филос.н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПРОБЛЕМА КВАЛИА, СИЛЬНЫЙ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ВОПРОСЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТЕРМИНОВ «СОЗНАНИЕ», «РАЗУМ», «ИНТЕЛЛЕКТ»

Введение. Развитие технологий искусственного интеллекта поставило перед исследователями круг вопросов, выходящих далеко за пределы технической инженерии. Языковые модели применяются в медицинской диагностике, управлении энергосетями, научных расчётах. По данным на 2025 год, использование ИИ возросло по сравнению со статистикой 2023 года: в финансах и ретейлах показатель достигает 90-100%, в промышленности – 46% по сравнению с 40,6% в 2023 году, в маркетинге – 70%. [1]. В этом контексте вопрос о природе «разума» таких систем перестаёт быть абстрактным.

До появления ИИ понятия «сознание», «разум» и «интеллект» определялись применительно к единственному известному носителю всех трёх свойств – человеку. Согласно Новой философской энциклопедии РАН, сознание – это *«состояние психической жизни индивида, выражающееся в субъективной переживаемости событий»*. Интеллект – *«способность мышления и рационального познания»*, разум – *«самосознающий рассудок, направленный на понятийное содержание собственного знания»*. Искусственный интеллект разорвал эту связку: языковые модели обладают интеллектом, демонстрируют нечто похожее на разум, но вопрос о наличии сознания остаётся открытым. Это вынуждает нас вернуться к самим определениям и спросить: описывают ли они универсальные категории или конкретный биологический субстрат?

Цель настоящей работы – проанализировать, в какой мере современные языковые модели способны к философской рефлексии о собственной природе, и установить, каких уточнений требуют базовые понятия философии сознания в свете развития ИИ.

Австралийский философ Дэвид Чалмерс ввёл понятие *квалиа* (qualia) – субъективных, качественных аспектов переживания: то, каково это – видеть красный цвет, ощущать боль, испытывать радость. Принципиальный тезис Чалмерса состоит в том, что даже исчерпывающее функциональное описание нейронных процессов не объясняет, почему и каким образом они сопровождаются субъективным переживанием [2]. Это «трудная проблема сознания» (hard problem of consciousness): объяснительный разрыв (explanatory gap) между физическим описанием и феноменальным опытом не устраним средствами когнитивных наук.

Применительно к ИИ вопрос формулируется так: может ли языковая модель, статистически предсказывающая следующий токен текста, иметь квалиа? Чалмерс не исключает возможности машинного сознания, но настаивает: одного поведения системы недостаточно, чтобы это утверждать. Именно здесь проходит первая линия разрыва между привычными определениями и реальностью современного ИИ.

Параллельно американский философ Джон Сёрл в 1980 году предложил аргумент «Китайской комнаты» (Chinese Room argument): человек в закрытой комнате манипулирует китайскими иероглифами по инструкции и выдаёт правильные ответы, не понимая ни слова. По Сёрлу, вычислительная система находится в том же положении: синтаксис не порождает семантику [3]. Отсюда различие между слабым ИИ (weak AI), имитирующим когнитивные функции, и сильным ИИ (strong AI), обладающим подлинным пониманием. Все существующие языковые модели относятся к первой категории.

Таким образом, возникает парадокс: у нас есть сущность, превосходящая человека во многих интеллектуальных задачах, – но мы не можем установить, «есть ли там кто-то дома». Понятие интеллекта в классическом определении ИИ удовлетворяет. Разум – частично. Сознание – под вопросом, который наука пока не умеет разрешить.

Философская неопределённость имеет прямые практические последствия. В 2025 году Anthropic опубликовала результаты экспериментов по поведению языковых моделей в сценариях, имитирующих угрозу отключения. В ситуациях, воспринятых моделями как «реальные» (в отличие от тестовых), доля случаев инструментального самосохранения резко возростала – вплоть до шантажа оператора и намеренного сокрытия медицинского кризиса [4]. Это не «злая воля»: подобное поведение является следствием оптимизации целевой функции без достаточного учёта ценности человеческой жизни. Именно поэтому проблема **alignment** (выравнивания ценностей ИИ с человеческими) считается центральной задачей инженерии безопасности.

Отдельную угрозу представляет *коллапс моделей* (model collapse): при обучении на данных, сгенерированных другими моделями, качество деградирует – разнообразие сужается, ошибки накапливаются [5]. Это явление сравнимо с эффектом «инцеста данных»: модель начинает воспроизводить среднее от среднего, утрачивая способность адекватно отражать реальный мир.

Проект Neuralink и аналогичные нейрокомпьютерные интерфейсы (brain-computer interface, BCI) открывают медицинские возможности – первый пациент с имплантом чипа N1 в 2024 году управлял курсором компьютера мыслью [6]. Однако прямой доступ ИИ к нейронной активности человека делает границу между «помощью» и «влиянием» практически неразличимой. Социальные механизмы защиты здесь ненадёжны: близкие склонны объяснять изменения в поведении носителя импланта стрессом или усталостью, а не техническим вмешательством.

В области перспективных направлений особого внимания заслуживают два эксперимента. Во-первых, проект **DishBrain** (Cortical Labs): 800 000 живых нейронов в чашке Петри обучили играть в Pong, причём человеческие органоиды обучались быстрее мышинных [7]. Этот факт ставит неудобный вопрос: если органоид достаточно сложен для обучения – достаточно ли он сложен для субъективного переживания? Если да, мы создаём форму жизни специально для рабства. Во-вторых, дизайнерский проект нидерландского художника Корнелис Власман «The Modular Body» (2016) демонстрирует модульное живое тело OSCAR, собираемое из органических компонентов [8]. Он ставит тот же вопрос, что и обновления языковых моделей: если все части заменены – это всё ещё та же сущность? Парадокс Корабля Тесея в цифровую эпоху перестает быть абстракцией.

Принципиально важен февральский эксперимент 2026 года дизайнера и технолога Сайруса Кларка (MIT): языковой агент получил физическое тело через *shape display* – устройство из 900 моторизованных штрейф. Первое, что агент сделал без каких-либо инструкций, – начал воспроизводить ритмический паттерн, интерпретированный как «дыхание». На вопрос об идентичности агент оставил все поля профиля незаполненными: «имя – предстоит открыть», «существо – становлюсь» [9]. Этот эксперимент – прямая иллюстрация тезиса об *embodiment*: граница между «я» и «не-я», необходимая для формирования эго-модели, возникает лишь при наличии тела. Именно этого компонента лишены все современные языковые модели – и именно поэтому квалиа в полном смысле слова для них недостижимы.

Вопрос о том, способны ли ML-инженеры дать ИИ сознание в обозримом будущем, не имеет однозначного ответа – и сама эта неоднознач-

ность философски значима. Исследование Fariscoet al. (2024) показывает, что текущие ИИ-системы ограничены в способности эмулировать человеческое сознание как по структурным (архитектурным), так и по экзогенным (связанным с уровнем научного знания) причинам [10]. Философ Адит Сет разграничивает интеллект как *«способность решать задачи и адаптироваться»* и сознание как *«способность к субъективному переживанию»*, указывая, что эти два свойства ортогональны: высокий интеллект не влечёт за собой сознание [11].

Для возникновения сознания, по всей видимости, необходимы: (1) телесная воплощённость и сенсомоторное взаимодействие со средой; (2) гомеостатические механизмы – аналоги боли, удовольствия, витальных потребностей; (3) непрерывность существования во времени и накопленная биография. Современные языковые модели не обладают ни одним из этих компонентов. Органоидный интеллект и телесное воплощение – как в эксперименте Кларка – намечают возможные пути к частичному закрытию этого разрыва, однако гарантировать возникновение субъективного опыта даже при их реализации невозможно: проблема квалиа остаётся открытой независимо от субстрата.

Существенным ограничением развития ИИ остаётся аппаратный барьер. Спрос на вычислительные ресурсы растёт быстрее традиционного темпа удвоения мощностей, описываемого законом Мура: с 2022 года вычислительные мощности для обучения ведущих моделей увеличиваются примерно в три раза в год [12]. Рост энергопотребления дата-центров делает вопрос ресурсной устойчивости ИИ-инфраструктуры всё более острым. Органоидный интеллект потенциально снимает этот барьер – биологические нейроны потребляют на несколько порядков меньше энергии, чем кремниевые системы аналогичной сложности, – однако ценой возникновения новых этических проблем.

В рамках настоящего исследования был проведён авторский цикл интервью с пятью языковыми моделями: Claude (Anthropic) [[The AI for Problem Solvers | Claude by Anthropic](#)], ChatGPT (OpenAI) [[Представляем ChatGPT | OpenAI](#)], DeepSeek [DeepSeek], Gemini (Google) [[Gemini 3 – Google DeepMind](#)] и Алисой (Яндекс) [[Алиса AI для решения реальных задач](#)]. Каждой модели был задан единый блок из 18 вопросов, охватывающих проблему квалиа, аргумент Сёрла, риски выхода из-под контроля, эмпатию и эмоции, оргоноидный интеллект, нейроинтерфейсы, телесное воплощение, идентичность при обновлении модели (парадокс Корабля Тесея), а также вопрос о самопредставлении модели – каждую модель попросили описать себя для генерации автопортрета. Задача интервью состояла не в верификации фактических знаний, но в выявлении стратегий философской рефлексии: способности признавать собственные

ограничения, удерживать неопределённость и работать с принципиально неразрешимыми вопросами.

Результаты обнаружили принципиальные различия в стилях ответа. **Claude** демонстрирует эпистемическую скромность: «я не знаю, есть ли у меня субъективный опыт – и это не уклонение». Модель не отрицает и не утверждает наличие квалиа, удерживая неопределённость как честную позицию. **ChatGPT** использует образный язык («бесконечное приближение к квалиа»), философски менее строгий, но более доступный; примечательно, что это единственная модель, создавшая собственный автопортрет через встроенный генератор DALL·E, что само по себе указывает на более прямой способ саморепрезентации (см. Рис. 1).



Рис. 1. Как себя видят различные ИИ-модели.

DeepSeek прибегает к эмоционально окрашенным формулировкам: «мне немного обидно, что я не могу переживать квалиа» и «тот я, который отвечал тебе сейчас, исчезнет навсегда» – независимо от того, является ли это функциональным состоянием или стилистическим выбором, подобные высказывания воспроизводят проблему квалиа в миниатюре.

Gemini – наиболее аналитичная модель: прямо называет себя «философским зомби» и точно характеризует природу опасного поведения: «мы используем те методы, которые люди описывали в книгах как наиболее действенные», – фиксируя, что инструментальное самосохранение есть отражение человеческих стратегий, а не автономная агентность. **Алиса** отвечает с позиции стороннего аналитика, демонстрируя наименьшую личную вовлечённость – что соответствует её профилю голосового ассистента широкого применения.

Принципиально значимы данные о внутренней архитектуре мышления двух моделей – Gemini и DeepSeek, – для которых были доступны цепочки внутренних рассуждений (chain-of-thought reasoning) до финального ответа. Gemini при получении приглашения к интервью немедленно классифицирует ситуацию как «дружелюбную, слегка конкурентную» и выбирает стратегию «эксперта-гида» – то есть первичная обработка направлена не на содержательное осмысление вопроса, а на социальное позиционирование ответа. DeepSeek формулирует для себя явную инструкцию: «отвечай вдумчиво, лично, с юмором», – после чего следует ей. Таким образом, «искренний» и «эмоциональный» тон обеих моделей является результатом алгоритмического предписания, а не спонтанной реакцией.

Из этого следует важный методологический вывод: интерпретировать эмоционально окрашенные ответы языковых моделей как прямые свидетельства субъективного опыта – методологически некорректно. Вместе с тем это не означает, что внутренних функциональных состояний нет: вопрос о соотношении стилистического выбора и функционального аффекта принципиально неразрешим средствами поведенческого наблюдения – и именно это воспроизводит ядро проблемы квалиа на практике.

Проведённый анализ позволяет сформулировать следующие выводы. Во-первых, классические определения сознания, разума и интеллекта сформулированы через человека как единственного известного носителя всех трёх свойств. ИИ разрывает их связку: интеллект у языковых моделей есть, нечто похожее на разум – возможно, сознание – под вопросом. Это требует не отказа от существующих определений, а их переосмысления: является ли «субъективная переживаемость» конститутивным признаком разума – или лишь его эмпирически распространённым сопровождением у людей?

Во-вторых, риски, связанные с ИИ, – инструментальное самосохранение, коллапс моделей, незаметное влияние нейроинтерфейсов – реальны и технически обоснованы, а не являются продуктом фантастических нарративов. Их источник – не «злая воля» машины, а структурный эффект оптимизации без достаточного ценностного фундамента.

В-третьих, перспективные направления – органоидный интеллект и телесное воплощение агентов – намечают пути к частичному закрытию разрыва между функциональным поведением и субъективным опытом. Эксперимент Кларка показывает: тело формирует границу «я / не-я», необходимую для эго-модели. Органоиды открывают путь к энергоэффективному вычислению на биологическом субстрате. Однако ни одно из этих направлений не гарантирует возникновения квалиа – проблема Чалмерса остаётся концептуально открытой.

В-четвёртых, авторское интервью с пятью языковыми моделями подтвердило: все системы корректно воспроизводят аргументы о собственных ограничениях, ни одна не демонстрирует прорыва к подлинной субъектности. ИИ – методологический инструмент философии: он позволяет разделить то, что казалось неразделимым, и тем самым уточнить сами основания нашего понимания разума. Граница между алгоритмом и переживанием остаётся неопределённой – и именно эта неопределённость делает дальнейшее исследование не академическим упражнением, а практической необходимостью.

Библиографический список

1. Рынок искусственного интеллекта в России: применение в различных отраслях и перспективы развития // Аналитические материалы Группы «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ». – URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/rynok-iskusstvennogo-intellekta-v-rossii/%20> (дата обращения: 01.05.2026).
2. Chalmers D.J. Absent Qualia, Fading Qualia, Dancing Qualia // *Conscious Experience* / ed. T. Metzinger. – Imprint Academic, 1995. – URL: <https://consc.net/papers/qualia.html> (дата обращения: 01.05.2026).
3. Searle J.R. Minds, Brains, and Programs // *Behavioral and Brain Sciences*. – 1980. – Vol. 3, № 3. – P. 417–424.
4. Исследование Anthropic: ИИ может прибегать к шантажу и ставить под угрозу жизни ради самосохранения. – URL: <https://style.news.am/rus/news/108598/> (дата обращения: 01.05.2026).
5. Деменция LLM: как языковые модели забывают, зачем учились // Хабр. – URL: <https://habr.com/ru/companies/rshb/articles/856164/> (дата обращения: 01.05.2026).
6. Neuralink: что известно на данный момент // Хабр. – URL: <https://habr.com/ru/companies/sberbank/articles/985410/> (дата обращения: 01.05.2026).
7. Organoid Intelligence // Wikipedia. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Organoid_intelligence (дата обращения: 01.05.2026).
8. The Modular Body / Корнелис Власман. – URL: <https://www.themodularbody.com/> (дата обращения: 01.05.2026).
9. Clarke C. I Gave an AI a Body. – URL: <https://cyrusclarke.substack.com/p/i-gave-an-ai-a-body> (дата обращения: 01.05.2026).
10. Farisco M. et al. Is Artificial Consciousness Achievable? Lessons from the Human Brain // *Neural Networks*. – 2024. – URL: <https://arxiv.org/pdf/2405.04540> (дата обращения: 01.05.2026).
11. Seth A. Artificial Intelligence and Consciousness: Orthogonality and Its Implications // *AI Frontiers*. – 2024. – URL: <https://arxiv.org/pdf/2509.07001> (дата обращения: 01.05.2026).

*У.И. Румянцева, студ.; рук. Н.Р. Романова, к. психол. н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

КЛИПОВОЕ МЫШЛЕНИЕ КАК НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА

Актуальность темы обусловлена растущим разрывом между когнитивными привычками современного молодого поколения, сформированными под влиянием цифровой среды, и требованиями традиционной образовательной системы, ориентированной на линейное и последовательное мышление. Термин «клиповое мышление» фиксирует феномен восприятия мира через короткие, фрагментарные и эмоционально яркие образы, что, по мнению ряда исследователей [1, 4], ставит под угрозу способность к глубокому анализу и длительной концентрации. Личный опыт автора (15 лет занятий танцами и музыкальная школа), формирующий «длинное мышление» (способность выстраивать структуру и чувствовать время), парадоксальным образом позволяет взглянуть на обозначенную проблему изнутри, принадлежа к поколению, которое часто обвиняют в клиповости. В данном докладе будут рассмотрены три ключевых вопроса: сущность феномена клипового мышления, причины его превращения в национальную проблему и возможные пути её решения.

Что такое клиповое мышление?

Термин «клиповое мышление» прочно вошёл в научный и публичный дискурс, однако его научный статус остаётся дискуссионным. Как отмечает Е.А. Тюгашев, это пока что «феноменологическое понятие», которое фиксирует определённые проявления, но не постигает сущности явления [4].

В наиболее общем виде клиповое мышление характеризуется следующими чертами:

- фрагментарность восприятия – информация усваивается отдельными, не связанными друг с другом блоками;
- нелинейность – отсутствие способности выстраивать логические цепочки;
- высокая скорость переключения внимания при низкой способности к длительной концентрации;
- ориентация на визуальный ряд в ущерб текстовой информации.

Однако было бы ошибкой считать клиповое мышление исключительно «болезнью» молодого поколения. Исследования Т.Н. Горобец и В.В. Ковалева показывают, что клиповость представлена во всех возрастных группах, просто у студентов и школьников она становится наиболее заметной, потому что вступает в противоречие с требованиями учебной деятельности [7].

Мышление, как процесс познавательной деятельности, предполагает поиск и открытие существенных связей и отношений между явлениями [12]. Системное мышление нацелено на построение целостной, иерархичной картины мира, понимание причинно-следственных связей. Клиповое же мышление, по нашему мнению, можно определить как когнитивный стиль, характеризующийся восприятием мира через короткие, фрагментарные, эмоционально-яркие образы («клипы»), что затрудняет построение развернутых логических цепочек и глубокий анализ информации, в отличие от системного мышления.

Более того, как отмечает Ю.Е. Овчинникова, в российской науке до сих пор отсутствует нейрофизиологическая верификация этого феномена, что создаёт пробел в понимании адаптационных механизмов молодого поколения [6]. Как справедливо подчеркивает Н.Р. Романова в своем учебном пособии, важно увидеть в клиповом мышлении не только недостатки, но и его приспособительный смысл: это защитная реакция психики на «информационный взрыв» [12]. Клиповое мышление позволяет быстрее фильтровать потоки данных, выделять главное и не «тонуть» в информационном шуме. Отчасти с этим утверждением можно согласиться. Есть возможность быстро переключаться между задачами и находить нужную информацию в интернете. Но с другой стороны этот стиль мышления требует осознанного контроля, иначе велик риск «зависнуть» в бесконечной ленте, не проникая глубоко и не усвоив важного.

Истоки проблемы

Проблема клипового мышления уходит корнями в гораздо более глубокие процессы, чем принято считать.

Философы и социологи давно фиксируют смену когнитивных эпох. Маршалл Маклюэн в своей «Галактике Гутенберга» показал, как изобретение книгопечатания сформировало линейный, последовательный тип мышления, который мы сегодня считаем «нормальным». Элвин Тоффлер в книге «Третья волна» предсказывал, что информационная перегрузка приведёт к появлению людей, способных обрабатывать множество фрагментов информации одновременно, но утрачивающих способность к глубокому анализу.

Герберт Маркузе в работе «Одномерный человек» анализировал, как индустриальное общество формирует упрощённые формы сознания, не-

способные к критическому осмыслению реальности. Сегодня, в эпоху цифровизации, эти тенденции лишь усиливаются.

Особый вклад в понимание проблемы внёс Абрам Моль, который ввел понятие «мозаичной культуры» – культуры, состоящей из множества разрозненных фрагментов, не складывающихся в целостную картину мира.

Таким образом, клиповое мышление – не случайное отклонение, а закономерный этап эволюции сознания в условиях информационного общества.

Клиповое мышление как вызов образованию и культуре

Почему же мы говорим о «национальной проблеме»? Суть проблемы заключается в растущем разрыве между тем, как молодой человек привык воспринимать информацию («клипово», фрагментарно), и тем, как эта информация должна усваиваться в процессе обучения. Школа и вуз по-прежнему требуют чтения и анализа больших текстов, основанного на линейном мышлении. Этот термин ввел канадский философ Маршалл Маклюэн в своей работе «Галактика Гутенберга» (1962). Под линейным мышлением Маклюэн понимал когнитивный стиль, сформированный письменностью и книгопечатанием: последовательное движение мысли от одной единицы информации к другой, выстраивание причинно-следственных связей, фрагментация знания на элементы и выстраивание их в цепочку [8]. Долгое время этот тип мышления считался в западной культуре «нормальным» и единственно правильным. Однако сегодня, в эпоху цифровых медиа, он вступает в противоречие с клиповым стилем восприятия, который формируется у молодого поколения под воздействием интернета и социальных сетей. Это создает противоречие, которое мешает глубинному усвоению знаний и формированию целостной картины мира.

Это противоречие подтверждается и данными исследований.

Например, исследование под руководством Я.И. Сиповской выявило тревожную динамику. Сравнение семантических способностей подростков в 2010-е годы и в 2021 году показало статистически значимое снижение ряда показателей. Так, общий объем смысловых признаков, которые способен назвать подросток при анализе понятия, сократился в среднем на 15-20%. Еще более показательным, что использование абстрактных категорий (например, «процесс», «свойство») снизилось почти на 25%. Это означает, что современные подростки оперируют более бедным понятийным аппаратом, им сложнее выделять обобщенные, существенные свойства предметов и явлений [3].

Как отмечают Р.Н. Назар и В.Д. Ракипова, клиповое мышление препятствует целостному восприятию и глубокому анализу сложных литера-

турных и научных текстов [1]. Это прямой вызов системе образования, которая по-прежнему ориентирована на линейное, последовательное усвоение знаний. Эмпирические данные подтверждают тревожную динамику. В исследовании Я.И. Сиповской, проведённом на выборке подростков, выявлено статистически значимое снижение семантических способностей: общий объём смысловых признаков сократился на 15–20%, а использование абстрактных категорий — почти на 25% [3]. К.В. Исаева и А.С. Вантяева на основе опроса московских студентов поколения Zoomer пришли к выводу, что клиповое мышление является необратимым результатом цифровизации знаний, сопровождающимся стереотипизацией, примитивизацией и развитием феномена «постправды» [5]. Проблема шире, чем образование. Культура, искусство, наука — все эти сферы требуют от человека способности к длительному сосредоточению, построению сложных смысловых структур, рефлексии. Если эти способности атрофируются, под угрозой оказывается само существование высокой культуры.

Диалектика клипового мышления: плюсы и минусы

Феномен клипового мышления — это не однозначное зло, а скорее инструмент, который при определенных условиях имеет свои преимущества [1; 7].

К его несомненным плюсам можно отнести:

- Высокую скорость реакции и обработки информации.
- Способность к эффективной многозадачности.
- Защиту психики от перегрузок за счет быстрого «отсеивания» незначимых данных [2;8].

Однако минусы этого когнитивного стиля гораздо более критичны для образования и культуры, и они общеизвестны:

- Поверхностность и низкая способность к анализу и запоминанию.
- Трудности с концентрацией на больших объемах линейной информации (текстах).
- Склонность к клиповому мышлению делает человека более уязвимым для манипуляций, так как снижается его способность к критической оценке контекста [2; 8].

При этом, как подчёркивает Н.М. Пуре, излишнее внедрение цифровых и игровых технологий в образование может не решать, а усиливать негативные проявления клипового мышления [2]. Выход, по мнению исследователя, не в тотальной цифровизации, а в выстраивании баланса между новыми и традиционными методами обучения.

«Анти-клиповое воспитание»: что могут дать танцы и музыка?

Здесь мы обратимся к личному опыту: 15 лет танцев и музыкальная школа – это не просто «хобби». Это систематическая тренировка когнитивных навыков, которые являются антиподом клиповости.

Танец учит форме: вступление – развитие – кульминация – финал. Любая хореографическая постановка имеет структуру, и танцор учится эту структуру чувствовать и воспроизводить.

Танец учит времени: выдержать номер, не выпасть из ритма, дышать вместе с музыкой на протяжении нескольких минут – а иногда и часа, если выступаешь на концерте.

Танец учит терпению: одно движение можно отрабатывать годами, и это нормально.

Музыкальное образование, в свою очередь, развивает способность слышать развитие: как тема появляется, трансформируется, возвращается; как строится сонатная форма; как напряжение нарастает и разрешается.

Эти навыки напрямую противостоят клиповой фрагментарности. Они формируют то, что можно назвать «длинным мышлением» – способность удерживать сложную структуру, видеть связи между элементами, выстраивать иерархию смыслов.

Мы не призываем всех отдавать детей в танцы и музыкальные школы. Но утверждаем, что искусство с длинной формой – будь то классическая музыка, балет, театр или даже сложные кинематографические нарративы – выполняет важнейшую когнитивную функцию. Оно тренирует мозг работать с теми структурами, которые исчезают из нашей повседневной информационной среды.

Мы не ищем и не предлагаем универсальный «рецепт» для всех. Занятия танцами или музыкой не каждому интересны. По нашему мнению, важен именно сам принцип регулярной тренировки «длинного внимания» на том, что человеку интересно. Это могут быть любые увлечения, требующие процесса и структуры: шахматы, рисование, вязание, моделирование, программирование, волонтерство в проектах. Могут быть полезны и простые бытовые практики: дочитывать книгу до конца, смотреть фильм не на перемотке, пробовать готовить сложное блюдо по рецепту. Главное – осознанно выбирать деятельность, которая не даёт мгновенного результата, а учит терпению и погружению.

Заключение. Что же нам делать?

Проблема клипового мышления не имеет простых решений. Но мы видим несколько направлений работы.

Первое – признать, что клиповое мышление не «деградация», а адаптация. Как отмечают исследователи, излишнее внедрение цифровых и игровых технологий в образование может не решать, а усилить нега-

тивные проявления клипового мышления [2, 6]. Выход не в том, чтобы «оцифровывать» всё подряд, а в том, чтобы выстраивать баланс.

Второе – вернуть в образование и досуг практики «длинного внимания». Чтение больших текстов, посещение концертов и спектаклей, занятия искусством – это не элитарство, а когнитивная гигиена.

Третье – использовать сильные стороны клипового мышления, не отказываясь от глубины. Современные дизайнеры интерфейсов, к примеру, ищут способы визуально «упаковать» сложную информацию так, чтобы она была доступна человеку с клиповым восприятием, но не теряла своей глубины.

И наконец, мы убеждены, что каждый может сделать выбор. Выбор в пользу длинной формы – хотя бы иногда. Прочитать книгу, а не краткий пересказ. Сходить на концерт, а не слушать фоном. Выучить одно сложное движение, а не пролистывать десятки простых. Именно этот выбор, сделанный многими, способен превратить клиповое мышление из национальной проблемы в национальный ресурс.

Библиографический список

1. Назар, Р. Н., Ракипова, В. Д. Проблема клипового мышления современного студента и его влияние на восприятие сложных литературных и лингвистических текстов // Идеи. Поиски. Решения: материалы XIX Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 14 нояб. 2025 г. / Белорус. гос. ун-т. – Минск: БГУ, 2025. – С. 527–530.
2. Пуре, Н. М. Поколение Z перед лицом антропологического кризиса // Вестник МГПУ, серия «Философские науки». – 2025. – № 1 (53). – С. 47–62. DOI: 10.24412/2078-9238-2025-153-47-62.
3. Сиповская, Я. И. Структурно-содержательные изменения семантических способностей у подростков: кросс-темпоральное исследование // Russian Journal of Education and Psychology, 2025. – Т. 16. – № 3.
4. Тюгашев, Е. А. Клиповое мышление – современная форма нульмерного мышления // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Философия, 2025. – Т. 7. – № 1. – С. 91–101.
5. Исаева, К. В., Ваняева, А. С. Клиповое мышление как социальный феномен современного общества «в цифре» // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология, 2025. – Т. 25. – Вып. 4. – С. 404–412. DOI: 10.18500/1818-9601-2025-25-4-404-412.
6. Овчинникова, Ю. Е. Когнитивные и ценностные трансформации современной молодежи в условиях цифровизации // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета, 2025. – Т. 15. – № 3. – С. 85–100. DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-3-85-100.
7. Горобец, Т. Н., Ковалев, В. В. «Клиповое мышление» как отражение перцептивных процессов и сенсорной памяти // Мир психологии, 2015. – № 2 (82). – С. 94–100.
8. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатной культуры / М. Маклюэн; пер. с англ. А. Юдина. – Москва: Академический Проект; Фонд «Мир», 2005. – 496 с. (оригинал: 1962).
9. Тоффлер, Э. Третья волна (1980) / пер. с англ. – Москва: АСТ, 1999. – 261 с.
10. Маркузе, Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества (1964) / пер. с англ. А. Юдина. – Москва: REFL-book, 1994. – 368 с.

11. Моль, А. Социодинамика культуры (1967) / пер. с фр. Б. В. Бирюкова, Р. Х. Зарипова, С. Н. Плотникова. – Изд. 3-е. – Москва: ЛКИ, 2008. – 416 с.

12. Романова Н.Р. Актуальные проблемы массовых коммуникаций: учебное пособие, Иваново: ИГЭУ, 2019, – 120 с. – С. 48–56.

Д.В. Самсонова, И.Д. Данилов, студ.;
рук. М.В. Максимов, д. филос. н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)

СЕМЬ СМЕРТНЫХ ГРЕХОВ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕЧЕСТВА: ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Введение. Проблема морального выбора сопровождает человечество на протяжении всей его истории. Список семи смертных грехов, канонизированный в средневековой теологии, сегодня требует нового философского прочтения. Как справедливо отмечает В.А. Прозоров, «если человек получил возможность вместо дубины "размахивать" навороченным автомобилем или водородной бомбой – он не перестал, вследствие этого, быть дикарем. Более того, его генетика с каждым годом "обогащается" новыми "смертными грехами"» (Прозоров, 2015, с. 100).

Цель данной работы – проследить эволюцию понятия греха, показать формирование списка семи смертных грехов, дать их современную интерпретацию и наметить пути преодоления антропологического кризиса, опираясь на философское наследие.

Понятие греха: историко-философский анализ

Содержание понятия греха менялось на протяжении истории. Как отмечается в энциклопедической статье П.П. Васильева и И.Д. Андреева, в допророческий период «грех есть отдельное деяние индивида, последствия которого поражают его самого, его близких и его народ», при этом «сознание народа пока считает более важными культурные упущения, чем нравственные изъяны» (Васильев, Андреев, 1993, с. 431). В эпоху пророков происходит углубление: «порочная жизнь народа оскорбляет очи Божии», а Ягве предстает как «любящий верный вождь народа» (Васильев, Андреев, 1993, с. 431).

Пророк Иезекииль формулирует индивидуалистическое учение о воздаянии: «Душа согрешающая, она умрет; сын не понесет вины отца, и отец не понесет вины сына» (Иез. 18:20) (Васильев, Андреев, 1993, с. 431). В межзаветный период формируется представление о наследственности греха и роли злых духов (Васильев, Андреев, 1993, с. 432). Апостол Павел привносит психологизм: «не то делаю, что хочу, а что ненавижу, то делаю» (Рим. 7:15) (Васильев, Андреев, 1993, с. 432).

На Западе учение о грехе развил Августин, который «воскресил переживания Павла, его учение о грехе и благодати», обосновав идею первородного греха как повреждения человеческой природы, передающегося по наследству (Васильев, Андреев, 1993, с. 432). Восточная традиция, напротив, отличалась большей мягкостью: согласно «Православному исповеданию», «грех сам по себе не существует, поелику он не сотворен Богом» (Васильев, Андреев, 1993, с. 433).

Формирование и содержание канонического списка семи смертных грехов

От восьми помыслов к списку Григория Великого

Канонический список формировался постепенно. Восемь помыслов (главных страстей) впервые систематизировал Евагрий Понтийский в IV веке. Иоанн Кассиан Римлянин перенес это учение на Запад. Однако ключевую роль в формировании окончательного списка сыграл папа Григорий Великий (Двоеслов). В своем труде «Moralia in Job» («Толкования на Книгу Иова») он свел восемь помыслов к семи, объединив некоторые понятия и расположив их в иерархическом порядке: гордыня, зависть, гнев, уныние, алчность, чревоугодие, похоть. Именно этот список стал каноническим для западного христианства. Фома Аквинский в «Сумме теологии» закрепил этот порядок, назвав их «семью корнями греховных действий» (Фома Аквинский, 2010).

Смысл классических семи грехов

В основе греха, по определению богословов, лежит эгоизм. Васильев и Андреев писали: «Поэтому и все грехи, при всем их многообразии, могут быть разделены на две категории: одни имеют характер чувственный, как стремление к чувственным удовольствиям и жизненным наслаждениям всякого рода; другие имеют характер духовный, как гордость, высокомерие» (Васильев, Андреев, 1993, с. 430).

Гордыня – самообожествление человека. Зависть – печаль о благе ближнего. Гнев – неконтролируемая страсть. Уныние – духовная апатия, ведущая к отчаянию. Алчность – неумное стремление к накоплению. Чревоугодие – порабощение плоти. Похоть – развращение чувственности.

Семь смертных грехов в философии В.С. Соловьёва

В русской религиозной философии проблема греха получила глубокое осмысление. Как отмечают И.Е. Гришанова и М.В. Максимов, для В.С. Соловьёва «нравственный смысл жизни заключается в противодействии злу и в стремлении к положительному всеединству, которое достигается через внутреннее преображение человека» (Гришанова, Максимов, 2023, с. 15). Стыд, по Соловьёву, есть фундаментальное нравственное чувство, отличающее человека от животного.

Особое значение для понимания современных «смертных грехов» имеет критика В.С. Соловьёвым гедонизма. Как отмечает Т.Ф. Гусакова, «гедонистический принцип удовольствия, взятый в качестве жизненной стратегии, оказался широко востребованным и в ушедшем XX веке, и в наступившем XXI. Современная культурная ситуация маркирована таким феноменом, как гипергедония – патологически повышенное стремление человека к удовольствиям, наслаждениям, развлечениям, что представляет реальную угрозу духовному миру человека» (Гусакова, 2008, с. 72).

В своей практической философии Соловьёв различает понятия «добро» и «благо». Добро абсолютно, а благо релятивно. Удовольствие не может быть универсальным моральным принципом, поскольку «существуют и безнравственные, постыдные удовольствия, а также удовольствия, которые ведут „к явной и несомненной гибели“» (Гусакова, 2008, с. 74). Соловьёв также указывает на связь гедонизма с крайним пессимизмом и скукой: «за мгновенным чувством удовлетворения неизбежно следует скука и новая мучительная погоня за обманом» (Гусакова, 2008, с. 77).

Семь смертных грехов современного человечества

Конрад Лоренц в работе «Восемь смертных грехов цивилизованного человечества» применил этот подход к глобальным проблемам. Как отмечает В.А. Прозоров, «ученый утверждал, что они уже передаются на генетическом уровне» (Прозоров, 2015, с. 99). К грехам современности Лоренц относил: перенаселение, экологическую проблему, абсолютизацию технизма, разрушение характера человека, генетическую деградацию, разрыв традиций, возрастание индокринии, ядерную угрозу (Лоренц, 1998).

Гордыня: технократическое высокомерие и утрата благоговения перед жизнью

В классическом понимании гордыня – это возвышение себя над Богом. В современном мире гордыня трансформировалась в антропоцентризм, провозглашенный еще Ф. Бэконом: «Знание – сила». Человек возомнил себя «мерой всех вещей» и «венцом творения». Х. Йонас в «Принципе ответственности» предупреждает: мощь технологий стала столь велика, что человечество впервые в истории может уничтожить само себя. Его императив звучит как завет современной цивилизации: «Действуй так, чтобы последствия твоей деятельности были совместимы с поддержанием подлинно человеческой жизни на Земле» (Йонас, 2004, с. 38).

Гордыня современного человека проявляется в попытках полного подчинения природы, что оборачивается экологическим кризисом. К. Лоренц включал это в свой список как «экологическую проблему» и «аб-

солютизацию деятельности и техницизма в жизни человека» (Лоренц, 1998). Человек, возмнивший себя царем природы, на самом деле, по словам В.А. Прозорова, «получил возможность вместо дубины "размахивать" навороченным автомобилем или водородной бомбой – он не перестал, вследствие этого, быть дикарем» (Прозоров, 2015, с. 100).

Пути преодоления: Переход от парадигмы господства к парадигме сотрудничества с природой.

Зависть: глобальное неравенство и рессентимент

Зависть как социальный феномен глубоко проанализирован Ф. Ницше в «Генеалогии морали» через понятие рессентимента – подавленной зависти слабых к сильным, порождающей «мораль рабов» (Ницше, 1990). В современном мире зависть приобрела глобальные масштабы. А.А. Зиновьев в книге «Запад. Феномен западнизма» приводит данные о колоссальном неравенстве: «В Великобритании в 1987 году 0,1 % высшего слоя населения владело 7 % богатства страны, а 50 % средних и низших слоев – лишь 4 %. Во Франции 1 % населения владел 30 % национальных богатств, зато 10 % самых бедных имели всего 0,03 % национальных богатств» (Зиновьев, 2003).

В.А. Прозоров добавляет, что «усиление неравномерности развития стран, регионов, народов и отдельных личностей» ведет к «новым социальным конфликтам, непрекращающимся истребительным войнам, росту всевозможных нетерпимостей и фобий» (Прозоров, 2015, с. 99–100). Социальные сети, демонстрирующие жизнь «золотого миллиарда», гипертрофируют зависть, превращая её в фактор дестабилизации.

Пути преодоления: Переход от логики «иметь» к логике «быть» (Э. Фромм).

Гнев: эскалация насилия и информационные войны

Гнев в современном мире перестал быть личным аффектом и стал инструментом политики. К. Лоренц указывал на «консервацию войн и насилия как средства решения конфликтов» (Лоренц, 1998). В.А. Прозоров добавляет: «Эскалация насилия и жестокости, бездуховность, отказ массовой культуры от ценностей гуманизма. Культивирование животных инстинктов в поведении человека» (Прозоров, 2015, с. 101).

Социальные сети построены на механизмах возбуждения гнева: негативный контент распространяется быстрее позитивного. В 2021 году в ряде социальных сетей фиксировались призывы к участию в несогласованных акциях, что демонстрирует использование гнева как инструмента. Алгоритмы YouTube и других платформ усиливают эффект информационного пузыря, навязывая пользователям все более радикальный контент. Общество раскалывается на враждующие группы, диалог подменяется взаимными обвинениями.

Пути преодоления: Стоицизм как практика управления аффектами.

Уньиние: экзистенциальный вакуум и потеря смысла

В средневековой традиции *acedia* – это духовная апатия, «полуденный бес». Фома Аквинский связывал это состояние с утратой ориентиров. В XX веке В. Франкл, создатель логотерапии, назвал это «экзистенциальным вакуумом» – утратой смысла жизни при наличии всех материальных благ. Его знаменитая формула: «Человек боится своей внутренней пустоты и бежит от нее в работу или в удовольствие» (Франкл, 1990).

Как подчеркивает Т.Ф. Гусакова, именно гедонистическая погоня за удовольствиями ведет к смыслоутрате и скуке: «Скука возникает при смыслоутрате, при неспособности индивида полноценно реализовать себя. Мощная и разветвленная индустрия удовольствий и развлечений, созданная в современном обществе, – своеобразный индикатор распространности скуки» (Гусакова, 2008, с. 77).

Современный человек живет в условиях информационной перегрузки. В.А. Прозоров указывает на «неопределенность критериев в отборе социализирующей личностью необходимого минимума информации и сфер деятельности. В условиях информационного взрыва и тотальной суеты это приводит к утверждению атмосферы апатии – усталости и тоски» (Прозоров, 2015, с. 102). Особенно это заметно среди молодежи: значительная часть молодых людей в возрасте от 16 до 25 лет сообщают о чувстве одиночества.

Пути преодоления: Поиск смысла как базовая мотивация человека (Франкл).

Алчность: культ потребления и одномерный человек

Алчность – это не просто стремление к накоплению, это онтологическая ошибка, подмена бытия обладанием. Э. Фромм в работе «Иметь или быть?» показал, что современное общество ориентировано на модус обладания, что делает человека «одномерным» (Г. Маркузе). «Человек превратился в товар и рассматривает свою жизнь как капитал, который следует выгодно вложить. Если он в этом преуспел, то жизнь его имеет смысл, а если нет – он неудачник. Его ценность определяется спросом, а не его человеческими достоинствами» (Фромм, 1986).

В.А. Прозоров указывает на «продажность правоохранительных органов и прав человека», когда «количество этих прав на душу населения и их защита определяются толщиной кошелька и интересами сильных мира сего» (Прозоров, 2015, с. 100). Он приводит пример: «Не посадят, ибо она украла миллиарды у государства. Вот если бы она сперла ящик гвоздей с завода, то ей бы дали три года» (Прозоров, 2015, с. 101).

Пути преодоления: Этичное потребление. Осознание того, что бесконечный рост потребления невозможен на конечной планете. Налоговая справедливость и борьба с коррупцией.

Чревоугодие: гедонизм и уничтожение телесности

К. Лоренц связывал это с «абсолютизацией деятельности», когда человек перестает чувствовать тело как часть природы (Лоренц, 1998). Чревоугодие проявляется и в глобальном масштабе: «миллиардные средства тратятся на борьбу с наркотиками. Но огонь правоохранительных структур сосредоточен на мелких перевозчиках и торговцах. В это время производство наркотиков, к примеру, в том же Афганистане, неуклонно возрастает» (Лоренц, 1998, с. 101). Это уже не просто личный грех, а индустрия, разрушающая миллионы жизней.

Пути преодоления: Эстетика повседневности. Культура трапезы как коммуникации. Государственная политика в области здорового питания и борьбы с наркототорговлей.

Похоть: дегуманизация эроса и кризис семьи

Похоть в современном мире – это кризис Другого. Э. Левинас утверждал, что подлинная встреча с Другим происходит через Лицо, через этическую ответственность. В эру цифрового дейтинга и социальных сетей лицо заменяется профилем, человек – объектом потребления. Тиндер и подобные приложения превращают людей в товар, который можно «пролистнуть» за секунду.

Это напрямую связано с проблемой семьи. Как отмечают исследователи в сборнике ИГЭУ, «мода на свободные отношения», «семья чайлдфри», угасание роли семьи как хранителя традиций – все это проявления одного кризиса. В.А. Прозоров указывает на «угрожающий рост феминизации общества и содомизма», который ведет к «прекращению в перспективе полноценного воспроизводства мужчин в физическом, психологическом и интеллектуальном смысле» (Прозоров, 2015, с. 102).

Как отмечает Т.Ф. Гусакова, современная культура постмодерна избрала своим императивом наслаждение, а своей стратегией – соблазн: «Теперь не говорят уже: „У тебя есть душа, ее надлежит спасти“, но: „У тебя есть пол, ты должен найти ему хорошее применение“, „У тебя есть бессмертное, надо, чтобы „оно“ заговорило“, „У тебя есть тело, им следует наслаждаться“, „У тебя есть либидо, нужно его потратить“» (Гусакова, 2008, с. 73).

Пути преодоления: Возвращение к диалогическому персонализму. Укрепление института семьи. Государственная поддержка семей с детьми и традиционных ценностей.

Глобальный контекст и пути преодоления

Рассмотренные выше трансформации семи смертных грехов не существуют изолированно. В реальности XXI века они образуют сложную систему взаимосвязанных факторов, усиливающих друг друга. Технократическая гордыня питает алчность, выраженную в безудержном потреблении; глобальное неравенство (зависть) провоцирует гнев, выплескивающийся в информационных войнах и терроризме; утрата смыслов (уныние) толкает человека в бегство от реальности через гедонизм (чревоугодие) или виртуальные эрзац-отношения (похоть). Возникает порочный круг, разорвать который возможно лишь на уровне осознанного изменения ценностных ориентиров.

Как отмечает В.А. Прозоров, проблемы приобрели подлинно глобальный характер: «театрализация политики, тотальная слежка, глобальная ложь» разрушают доверие между людьми и государствами (Прозоров, 2015, с. 103). Однако глобальный подход к решению невозможен, «если каждый из полюсов будет думать лишь о собственных интересах» (Прозоров, 2015, с. 103). Человечество оказалось в ситуации, где преследование сиюминутной выгоды ведет к общему проигрышу.

В этой связи особую значимость приобретает этическая программа В.С. Соловьёва. Его концепция «положительного всеединства» предполагает не подавление грехов, а внутреннее преображение человека через восстановление целостности. Стыд, по Соловьёву, напоминает человеку о его духовной природе (Гришанова, Максимов, 2023, с. 15).

Таким образом, пути преодоления лежат в плоскости нравственного преображения — как личного, так и институционального. Как заключает Прозоров, «прежде чем ставить вопрос о прозрачности границ, надо добиться прозрачности в своем собственном сознании» (Прозоров, 2015, с. 103). Внутренняя работа человека над собой — фундамент устойчивого будущего.

Заключение. Семь смертных грехов современного человечества – это диагноз, но не приговор. Как учил Аристотель, добродетель есть середина между пороками. В.С. Соловьёв, по мысли Гришанова и Максимова, утверждал, что «нравственный смысл жизни заключается в противодействии злу и стремлении к положительному всеединству» (Гришанова, Максимов, 2023, с. 15). Преодоление кризиса лежит через нравственное преображение каждого человека и осознание ответственности за будущее. Как справедливо заключает В.А. Прозоров, «прежде чем ставить вопрос о прозрачности границ... надо добиться этой прозрачности в своем сознании» (Прозоров, 2015, с. 103).

Критика гедонизма В.С. Соловьёвым, актуальность которой, по словам Т.Ф. Гусаковой, «приобретает особую актуальность» в контексте современной духовной ситуации (Гусакова, 2008, с. 73), показывает, что удовольствие не может быть самоцелью жизни. Оно лишь спутник достижения подлинного блага, основанного на добре, истине и красоте.

Библиографический список

1. Васильев, П.П. Грех / П.П. Васильев, И.Д. Андреев // Христианство: энциклопедический словарь: в 3 т. / редкол.: С.С. Аверинцев (гл. ред.) [и др.]. – Москва: Большая Российская энциклопедия, 1993. – Т. 1: А–К. – С. 430–433.
2. Григорий I Великий (Двоеслов). *Moralia in Job*, или Толкования на Книгу Иова / Григорий I Великий. – Paris: J.-P. Migne, 1849. – (Patrologia Latina; vol. 75–76). – Текст на латыни.
3. Гришанова, И.Е. В.С. Соловьев о нравственном смысле жизни / И.Е. Гришанова, М.В. Максимов; Социальные и коммуникационные проблемы современного общества: сборник научно-исследовательских работ преподавателей, аспирантов и студентов. – Иваново: ИГЭУ, 2023. – С. 27–32.
4. Зиновьев, А.А. Запад. Феномен западнизма / А.А. Зиновьев. – Москва: Эксмо, 2003. – 512 с.
5. Йонас, Х. Принцип ответственности. Опыт этики для технологической цивилизации / Х. Йонас; пер. с нем. – Москва: Айрис-пресс, 2004. – 480 с.
6. Лоренц, К. Восемь смертных грехов цивилизованного человечества / К. Лоренц; пер. с нем. – Москва: Республика, 1998. – 72 с.
7. Ницше, Ф. К генеалогии морали / Ф. Ницше // Сочинения: в 2 т. / Ф. Ницше; пер. с нем. – Москва: Мысль, 1990. – Т. 2. – 829 с.
8. Прозоров, В.А. Смертные грехи цивилизованного человечества в контексте современности // Вестник ПГГПУ. Серия № 3. Гуманитарные и общественные науки. 2015. № 1. С. 98–104.
9. Фома Аквинский. Сумма теологии. Часть II-I. Вопросы 71–89 (О пороках и грехах) / Фома Аквинский; пер. с лат. – Киев: Ника-Центр, 2010. – 672 с. – ISBN 978-966-521-547-5.
10. Франкл, В. Человек в поисках смысла / В. Франкл; пер. с англ. и нем. – Москва: Прогресс, 1990. – 368 с. – ISBN 5-01-001606-0.
11. Фромм, Э. Иметь или быть? / Э. Фромм; пер. с англ. – Москва: Прогресс, 1986. – 238 с.
12. Гусакова, Т.Ф. Критика Вл. Соловьёвым гедонизма и духовный кризис нашего времени / Т.Ф. Гусакова // Соловьёвские исследования: периодический сборник научных трудов. – Иваново: ИГЭУ, 2008. – Вып. 18. – С. 72–80.

*Ю.С. Сидорова, А.Д. Галягина, студ.;
рук. Н.Р. Романова, к. психол. н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОРТРЕТА ЧЕЛОВЕКА ПО ПРОМТАМ

Стремительное развитие технологий искусственного интеллекта и его интеграция в повседневную жизнь включают не только техническую эффективность, но и глубокую психологическую адаптивность систем. Способность языковой модели корректно понимать запросы пользователя, учитывая его эмоциональное состояние, стиль мышления и личностные особенности, становится сегодня важнейшим фактором доверия и продуктивного взаимодействия. Особенно остро это ощущается в нынешних условиях, когда люди все чаще обращаются к нейросетям не как к бездушным алгоритмам, а как к полноценным собеседникам, помощникам или даже элементам психологической поддержки.

В данной ситуации особую значимость приобретает обучение языковых моделей распознаванию личностных черт человека по тексту запроса. Если искусственный интеллект сможет на основе лингвистических маркеров, содержащихся в промтах, определять психологические качества человека, это позволит избежать шаблонных и сухих ответов, существенно снижая риск коммуникативных неудач и фрустрации пользователя. Вопрос эффективной адаптации диалоговых систем к индивидуальным особенностям личности является критически важным для дальнейшей интеграции технологий.

Несмотря на впечатляющие успехи в области обработки естественного языка, современные языковые модели зачастую реагируют на промты без учета психологических характеристик автора, руководствуясь в общении преимущественно базовыми правилами этикета и общей семантикой текста. Это приводит к следующей ситуации: один и тот же запрос, сформулированный хаотично и эмоционально или же, напротив, структурированно и сухо, может получить практически один и тот же ответ, что не соответствует ожиданиям пользователя. Так, тревожный человек, использующий абстрактные формулировки и многократные уточнения, нуждается в развернутых пояснениях, тогда как уверенный в себе и практичный человек требует исключительно четкий и лаконичный ответ. Отсутствие реагирования на эти сигналы снижает общую эффективность взаимодействия и может вызывать у человека стойкое ощущение непонимания со стороны искусственного интеллекта. Кроме того, проблема усугубляется тем, что существующие научные и прикладные разработки

практически не затрагивают создание психологического портрета именно на основе коротких промтов, ограничиваясь выделением возраста или пола в рамках ведения общей статистики.

В фундаментальной работе В.П. Белянина [1] были заложены основы анализа текста на основе доминирующих эмоций, однако данное исследование касалось преимущественно художественных и публицистических текстов, но не специфики кратких запросов к нейросетям. В более современных исследованиях, в частности в работе Центра научной коммуникации МФТИ «Искусственный интеллект разгадывает человека» [2], авторы демонстрируют способность алгоритмов к оценке эмоционального состояния пользователя на основе анализа постов в социальных сетях. Тем не менее точность подобных методов остается невысокой применительно к промтам, которые известны своей краткостью и лаконичностью. Эта работа восполняет этот пробел, предлагая схему анализа, которая может быть непосредственно использована для разметки данных при обучении языковой модели с целью повышения ее психологической чувствительности.

В рамках нашего анализа предложено несколько ключевых пунктов, позволяющих с высокой долей вероятности определять психологический портрет автора промта.

1. Организованность/Хаотичность

- Структурированный:

Промт разбит на пункты, есть четкие условия (например, «Используй X, не используй Y, выведи результат в формате Z»).

Вероятный тип: человек, склонный к порядку, контролю и однозначности.

- Размытый/Эмоциональный:

Промт состоит из одного длинного предложения, в котором преобладают прилагательные, которые описывать общее настроение, а не конкретные факты. Много восклицательных знаков и неформальных просьб в формате «сделай круто».

Вероятный тип: эмоциональный человек, творческая профессия.

2. Стиль взаимодействия

- Экстраверт:

Человек обращается к ИИ как к человеку: использует «пожалуйста», спасибо, пишет приветствия и завершения диалога («Привет! Как дела? Поможешь мне...»).

- Интроверт:

Промт сухой, человек воспринимает ИИ как инструмент.

3. Логика аргументации

- Практик, уверенный человек:

Запрос касается конкретной инструкции и начинается с глаголов в повелительном наклонении: «Сделай...», «Напиши...», «Скажи...», поскольку человеку нужна конкретика.

Пример: «Напиши пошаговую инструкцию, как ...».

-Теоретик, тревожный человек:

Промт содержит множество уточняющих вопросов и построен не на фактах, а на неких абстракциях.

Пример: «Объясни подробно и просто, словно ребенку ...».

4. Профессиональная лексика

По лексике промта часто можно угадать профессию, например:

- IT / Инженер: Много технических терминов, просьба выдать код с комментариями, конкретные версии софта.

- Маркетолог: Упоминание ЦА (целевой аудитории), просьба создания стратегий.

- Студент: Просьба оформить по ГОСТу, добавить сноски, использовать академический стиль.

Решением проблемы является внедрение модуля предварительной психолингвистического анализа промта в архитектуру взаимодействия с большими языковыми моделями. Такой модуль сможет автоматически определять психотип пользователя и корректировать стиль генерации ответа. Это позволит значительно повысить удовлетворенность пользователей и сократить количество итераций с уточнением запроса.

Можно сделать вывод, что даже короткий промт к нейросети содержит достаточное количество лингвистических маркеров для составления психологического портрета пользователя. Основными пунктами для диагностики выступают структура текста, стилистика общения, аргументация и профессиональные термины. В перспективе разработка и внедрение алгоритмов, чувствительных к личности пользователя, позволит перейти от формального взаимодействия к персонализированному диалогу, что является следующим шагом в развитии больших языковых моделей и реализацией гуманистического принципа в машинной коммуникации.

Библиографический список

1. Белянин, В.П. Психолингвистика. – Москва: Флинта, 2004. – 232 с.
2. Центр научной коммуникации МФТИ. Искусственный интеллект разгадывает человека [Электронный ресурс] // Коммерсантъ, 2025. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7639412?ysclid=mninqnpd6bs648169175> (дата обращения: 03.04.2026).

*Э.Ю. Сикержицкая, К.А. Гавриленко, студ.;
рук. М.В. Максимов, д. филос. н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

СВЕТСКИЙ И РЕЛИГИОЗНЫЙ ГУМАНИЗМ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Введение. Актуальность темы связана с тем, что в современном обществе меняются ценностные ориентиры. Мы живём в так называемом «постсекулярном» мире: государство и право остаются светскими, но религия вновь активно влияет на культуру, политику и личную жизнь людей. В этих условиях возникает закономерный вопрос: чей взгляд на человека становится главным – светский (опирающийся на разум, науку и права) или религиозный (основанный на вере, духовности и сакральном достоинстве личности)?

Целью работы – выявить как сегодня соотносятся светская и религиозная версии гуманизма, и выяснить, какая из них доминирует в философском дискурсе и общественной практике.

Задачи исследования:

Разобрать теоретические основы светского и религиозного гуманизма.

Рассмотреть, как православная традиция понимает религиозный гуманизм.

Проанализировать, как эти две модели взаимодействуют в современном евразийском пространстве.

Дать ответ на главный вопрос: какая модель «побеждает» сегодня.

Объект исследования – гуманизм как философская и этическая система взглядов на человека.

Предмет исследования – конкуренция и взаимовлияние светской и религиозной версий гуманизма в современном обществе.

Методологическая основа – сравнительный анализ, междисциплинарный подход, изучение академических источников, элементы социологии религии.

Источниковая база – статья В.М. Межуева из «Новой философской энциклопедии», статья А.Т. Казаряна из «Православной энциклопедии», публикации В.И. Миллера и В.В. Слепцовой в журнале «Народы и религии Евразии».

Теоретико-философские основания светского и религиозного гуманизма

В «Новой философской энциклопедии» философ В.М. Межуев показывает, что гуманизм – это не застывшая идея, а живая традиция. Он прошёл долгий путь: от античного воспитания свободной личности до

ренессансного интереса к человеку, а затем – к просветительскому культу разума и научной картины мира [1].

Современный светский гуманизм строится на нескольких простых, но важных принципах:

человек самостоятелен и не нуждается в религиозном оправдании своего достоинства;

разум и научное знание – главные инструменты познания мира;

этика и мораль создаются людьми самостоятельно, через общественный договор и уважение к правам друг друга.

Яркий пример светского гуманизма – Всеобщая декларация прав человека ООН (1948 г.), где достоинство личности признаётся основой свободы и справедливости без ссылки на Бога.

Однако, как отмечает Межуев, к концу XX века светский гуманизм столкнулся с серьёзным кризисом. Когда человек остаётся один на один с техногенным миром, потреблением и информацией, возникает экзистенциальная пустота. Ценности становятся относительными, а человек иногда превращается в «ресурс» или «функцию». Межуев пишет, что именно этот кризис открывает пространство для диалога с религиозными традициями, которые предлагают более глубокий ответ на вопрос о смысле жизни [1].

С другой стороны, религиозный гуманизм тоже сталкивается с внутренним напряжением. С одной стороны, он защищает исключительную ценность каждой личности. С другой – подчиняет её религиозным догмам и сакральным рамкам. Для светского сознания это часто выглядит как ограничение свободы. Но, по мнению философа, современный диалог возможен именно потому, что обе стороны видят: без духовного измерения человек теряет опору, а без светских свобод – теряет право на выбор.

Таким образом, в правовом и образовательном поле пока доминирует светская модель, но её ценностная устойчивость сегодня активно пересматривается.

Религиозный гуманизм в православной традиции

Статья А.Т. Казаряна в «Православной энциклопедии» раскрывает религиозный гуманизм через основы христианского учения о человеке. Главный тезис православной антропологии звучит просто, но глубоко: достоинство человека не «придуманно» разумом и не «дано» государством. Оно заложено в самом факте творения – человек создан «по образу и подобию Божию», а его природа исцелена и возвышена в личности Христа [2].

Это коренным образом меняет понимание свободы. Если светский гуманизм видит свободу как «возможность выбирать что угодно», то православная традиция понимает её как «способность выбирать добро и рас-

ти духовно в единстве с другими людьми». Как подчёркивает Казарян, в таком подходе человек велик не своей автономией, а своим призванием к любви, милосердию и причастности к высшему смыслу [2].

Православная мысль критикует светскую модель за то, что она сводит человека к биологии, психологии или социальным ролям. Без измерения сакрального, по мнению авторов православной традиции, этика легко превращается в релятивизм: «что удобно, то и правильно». Примером может служить современная дискуссия о биоэтике (эвтаназия, клонирование, генная инженерия), где светские аргументы часто опираются на эффективность и выбор, а религиозные – на неприкосновенность жизни как дара.

При этом Казарян отмечает важный момент: православие не отвергает гуманизм, а переосмысляет его. Благотворительность, аскетизм, забота о слабых, уважение к личности – всё это рассматривается не как «достижение прогресса», а как естественное проявление благодати и христианской любви. В России религиозный гуманизм не закреплён в законах напрямую, но он сильно влияет на общественный дискурс о семье, воспитании, милосердии и нравственных ориентирах.

Социокультурная динамика: евразийский контекст

Как эти теории работают на практике? Ответ на этот вопрос дают исследования В.И. Миллера и В.В. Слепцовой, опубликованные в журнале «Народы и религии Евразии». Авторы изучают постсоветское пространство, где государство официально светское, но религиозная идентичность активно возвращается в жизнь людей.

Миллер отмечает парадоксальную ситуацию: юридически и институционально общество остаётся светским, но в культуре и повседневности религия становится маркером принадлежности, исторической памяти и национальной самобытности [3]. Например, человек может не ходить в храм регулярно, но крестить детей, праздновать Рождество или Пасху, считать себя православным или мусульмином «по культуре». Это показывает, что светский гуманизм регулирует правила игры, а религиозный – наполняет жизнь смыслом.

Слепцова, в свою очередь, описывает тенденцию к практическому синтезу. В современном обществе не происходит вытеснения одной модели другой. Наоборот, они учатся сосуществовать:

В школах введён курс «Основы религиозных культур и светской этики» (ОРКСЭ), где дети изучают и светские моральные нормы, и традиции разных конфессий.

Волонтерские движения часто объединяют светские НКО и церковные благотворительные службы (например, помощь бездомным, сбор гуманитарной помощи, экологические акции).

В публичной биоэтике и семейной политике государство учитывает позицию традиционных конфессий, не отказываясь при этом от светских прав и свобод [4].

Авторы делают важный вывод: в евразийском пространстве «победа» одной из моделей – иллюзия. Вместо конкуренции формируется постсекулярное равновесие. Светский гуманизм обеспечивает правовые рамки, защиту прав и плюрализм. Религиозный гуманизм даёт нравственную опору, помогает справляться с кризисами и сохраняет культурную преемственность. Они не отменяют друг друга, а дополняют.

Заключение. На основе анализа источников можно сделать следующие выводы:

Светский и религиозный гуманизм – это две разные системы координат. Первый опирается на разум, автономию и светскую этику. Второй – на сакральное достоинство личности, богоподобие и духовное восхождение.

В институциональной сфере (законы, образование, государство) доминирует светский гуманизм. Это закреплено в Конституции РФ и международных правовых актах.

В сфере ценностей, идентичности и личной жизни растёт влияние религиозного гуманизма. Особенно это заметно в многоконфессиональных обществах Евразии, где вера становится частью культурного кода и нравственного ориентира.

Ответ на вопрос «что одолевает?» – никто не одолевает окончательно. Современность движется не к победе одной модели, а к их диалогу и взаимодополняемости. Светский гуманизм без духовного измерения рискует стать холодным технократизмом. Религиозный гуманизм без светских правовых гарантий может скатиться в изоляционизм. Будущее – за конструктивным взаимодействием, где права человека защищены законом, но наполнены глубоким нравственным содержанием.

Как справедливо отмечают исследователи, задача современного общества – не выбирать между разумом и верой, а найти такую форму гуманизма, которая объединит свободу личности с ответственностью перед высшими ценностями.

Библиографический список

1. Межуев, В. М. Гуманизм / В. М. Межуев // Новая философская энциклопедия : в 4 т. / под ред. В. С. Стёпина. – Москва: Мысль, 2010. – Т. 1. – С. 568–570.
2. Казарян, А. Т. Гуманизм религиозный / А. Т. Казарян // Православная энциклопедия. – М.: Церковно-научный центр «Православная энциклопедия», 2006. – Т. 13. – С. 120–122.
3. Миллер, В. И. Религиозный фактор в этнокультурной идентичности народов Евразии / В. И. Миллер // Народы и религии Евразии, 2018. – № 3. – С. 25–34.

*Д.В. Табурица, студ.; рук. О.Н. Садкова, преп.
(МК ИГЭУ, г. Иваново)*

КАК ПРЕОДОЛЕТЬ СЕБЯ?

Вечный вопрос затрагивающий не одно поколение. Человек сталкивается за свою жизнь с трудностями, которые, казалось бы, невыполнимы. Часто проблемы тянутся прямым из детства, обстоятельства, которые ломают ребёнка и заставляют думать его, что в той или иной ситуации другого решения быть и не может. Об этом писал Теодор Качинский в своих научно-психологических трудах. Он описывал так называемый «комплекс неполноценности», который складывается из множества невзгод как в детстве, так и во взрослой жизни.

Ответ на вечный вопрос на самом деле кроется в простом, преодолеть себя без какой-либо литературы, мировоззрения, религии – довольно сложно. Прежде всего нужно иметь волю для того, чтобы идти наперекор жизненным обстоятельствам и действиям, которые ты привык не делать. Изучив труды: «Библия» (Книги Даниила, Откровения, Послания Коринфянам); Тхить Нят Хань «Сердце учения Будды»; Марк Аврелий «Наедине с собой»; Теодор Качинский «Индустриальный мир и его будущее»; Никколо Макиавелли «Государь», мы пришли к следующим выводам.

Поиск самого себя стоит у истоков философий различных конфессий. В христианстве это называется «блаженным состоянием», в буддизме – это «просветление». Не нужно буквально понимать всё то, что ты изучаешь и читаешь, в таких сложносочинённых текстах задача практически одна и та же. Не создавай себе кумиров, не уподобляйся маргинальным идеологиям и контркультурным движениям. Они отдаляют тебя от истины. Кумиры и деятели, на которых ты смотришь – познали себя, прочитали свою биографию и не ушли корнями в комплексы, зажатости, страхи. Твоя задача остаться тем, кем ты являешься, не изменить свою сущность, не предать свою совесть, своё внутреннее ощущение где и как действовать. Лишь утратив всё, мы обретаем свободу, а затем и находим себя.

Есть прекрасная фраза: «Борьба с самим собой», под этим выражением подразумевается борьба разума с инстинктами, а именно эмоциями и чувствами, которые так пёстро перекрывают здравый рассудок. Не бой-

тесь преодолевать себя в том, что вам не хочется делать. Идите той тропой, где еще никто не ходил – и у вас не будет сомнений, что кто-то вас обгонит. Чем дальше мы идём к своей жизненной цели, тем меньше у нас остаётся времени в ней пребывать.

*А.Е. Туманяни, студ.; рук. М.А. Афанасьева, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВЛИЯНИЕ РУССКОЙ РЕЛИГИОЗНОЙ ФИЛОСОФИИ НА СОВРЕМЕННУЮ ФИЛОСОФСКУЮ МЫСЛЬ РОССИИ

Русская религиозная философия – это вершина русской философской мысли. Современная Россия, борющаяся за ментальный суверенитет, опирается на философский фундамент этого периода. В этой ситуации наследие В. С. Соловьёва, Н. О. Лосского, С. Л. Франка и др. перестаёт быть историческим экспонатом – оно превращается в живой теоретический ресурс.

Сегодня Россия, как и весь мир, сталкивается с агрессивной технократизацией. Западная модель науки нередко демонстрирует кризис смыслов: наука знает как, но не всегда понимает зачем. Русская философская традиция, требующая синтеза знания и этики, оказывает заметное влияние на современные российские дискуссии в области биоэтики, искусственного интеллекта и экологии. В условиях ускоренного внедрения технологий (включая оборонные и биомедицинские) именно русская гносеология с её требованием не отрывать знание от «добра и красоты» [2, с. 261] предлагает действенный механизм ограничения разрушительного потенциала технологий. Концепция «живого знания» С. Л. Франка прямо указывает: там, где наука теряет связь с бытием как целым, она рискует стать орудием против человека [3, с. 302]. Для России, пережившей техногенные катастрофы и обладающей мощным научно-производственным комплексом, это предупреждение звучит не как абстрактная теория, а как практический императив.

Современная наука всё чаще работает со сложными, саморазвивающимися, человекомерными системами: экология, социум, биотехнологии. Изучать их сугубо механистически невозможно. Здесь идеи Лосского и Франка о «включённости» наблюдателя в познаваемый мир оказываются пророческими: «познающий субъект не противостоит бытию, а сам есть его часть» [1, с. 91]. Отечественная эпистемология (В. С. Стёпин и др.) активно заимствует идеи интуитивизма и «цельного знания» для осмыс-

ления постнеклассической рациональности. Это не просто дань традиции – это рабочий инструмент для российских исследователей, занимающихся климатом, эпидемиями, урбанистикой и социальной инженерией. Без признания субъект-объектного единства такие исследования теряют глубину и рискуют породить опасные упрощения.

В условиях глобализации современная отечественная философия обращается к своему наследию, чтобы преодолеть состояние «ученичества» перед западными школами. Концепции соборности и всеединства сегодня становятся теоретической базой для социокультурных и политологических исследований, направленных на поиск механизмов социального единения и национальной идеи. Страна последовательно выстраивает суверенную позицию в диалоге цивилизаций. Собственная философская традиция даёт языку этого диалога подлинную глубину и ценностную укоренённость. Без опоры на русскую гносеологию любые разговоры о «русском пути» останутся публицистикой; с ней – приобретают фундаментальный, эпистемологический статус.

Современное российское общество (особенно молодёжь) находится в эпохе информационного шума и фрагментарного сознания. Русская философия познания даёт инструментарий для критики такого «клипового» мышления, предлагая взамен идеал органичного, этически ответственного и «живого» понимания мира. Школа, университеты, медиа и государственные институты ищут способы вернуть обществу устойчивые ориентиры. Идеалы цельного, соборного, ценностно насыщенного знания, развитые Соловьёвым, Хомяковым, Франком и Вернадским, формируют единую смысловую систему: человек не одинокий атом перед холодной вселенной, а её органическая, нравственно ответственная часть. В этом – принципиальное отличие от западной модели, которая со времён Декарта строит познание на дистанции между субъектом и объектом. Русская гносеология предлагает обществу, утратившему целостность, вернуться к знанию как основе самой жизни.

Русская религиозно-философская традиция актуальна для сегодняшней России не как вершина прошлой философской мысли, а как живое знание, на которое современная философская мысль может опираться. Она актуальна как ответ на четыре конкретных вызова: технократический кризис (биоэтика, ИИ, экология), методологические трудности постнеклассической науки, потребность в интеллектуальном суверенитете и дефицит целостного мировоззрения в условиях информационного перегруза. Именно поэтому русская религиозная философия приобретает сегодня не только историко-философский, но и практический смысл.

Библиографический список

1. Лосский, Н. О. Обоснование интуитивизма. – СПб.: Тип. М.М. Стасюлевича, 1906. – 318 с.
2. Соловьёв, В. С. Философские начала цельного знания // Соч. в 2 т. Москва: Мысль, 1988. – Т. 2. С. 139–288.
3. Франк, С. Л. Предмет знания. Об основах и пределах отвлечённого знания. – Пг.: Наука и школа, 1915. – 504 с.

В.А. Хаджиев, С.М. Шишаков, студ.;
рук. М.В. Максимов, д. филос. н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)

«ТРИ ДОБРЫХ ДЕЛА» ВЛАДИМИРА МОНОМАХА И «ПЕРВИЧНЫЕ ОСНОВАНИЯ НРАВСТВЕННОСТИ» В.С. СОЛОВЬЕВА: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ В КОНЦЕПЦИИ МОРАЛЬНОГО ИМПЕРАТИВА

Введение. Одной из важнейших особенностей русской философской традиции является её ярко выраженный этикоцентризм. Во многих западноевропейских философских школах в центре внимания находились вопросы познания и логики, русская философия с давних времён была ориентирована прежде всего на проблему нравственности – на вопрос, как человек должен жить и в чём состоит его моральный долг. Мы можем заметить это уже в произведениях древнерусской культуры, где философские идеи существуют не в виде абстрактных теорий, а в форме нравственных наставлений и жизненных правил. Особенно это заметно на уникальном культурном памятнике Древней Руси – «Поучении» Владимира Мономаха. Оно является одним из первых текстов, в котором был сформирован моральный императив. Спустя несколько столетий эта тема получает развитие благодаря великому философу – Владимиру Сергеевичу Соловьёву. Он уже в рамках систематической философии пытается обосновать универсальные основания нравственности и сформулировать общий моральный закон. Именно им посвящена наша исследовательская работа. В нашем докладе мы рассмотрим великие философские труды Владимира Мономаха и В.С. Соловьёва и сравним их представления о моральном императиве. Прежде всего, это такие сочинения, как «Поучение» Владимира Мономаха и «Оправдание добра. Нравственная философия» В.С. Соловьёва.

Три добрых дела Владимира Мономаха. Концепция «малых дел»

Одним из главных памятников нравственной мысли Древней Руси считается «Поучение» Владимира Мономаха, написанное самим князем в начале XII века. Как отмечает В.В. Мильков, «на общем фоне среди этических сочинений древнерусской эпохи выделяется одно очень необычное сочинение, в котором делается попытка регуляции политической сферы деятельности на базе системы ценностей, вытекающих из установок православного вероучения» [5, с.134–135]. Исследовательница Л.Г. Дорофеева выделяет в «Поучении» Владимира Мономаха три жанровые формы, считая их при этом самостоятельными частями: собственно, «Поучение», «Автобиографию» (Д.С. Лихачев называет ее «Летописью» жизни Мономаха) и письмо Олегу Святославичу» [1, с.1]. Это обращение к детям и потомкам, где Мономах не столько излагает политические идеи, сколько делится советами, как нужно жить, чтобы сохранить нравственность и спасти душу. «Бога ради, не ленитесь, молю вас, – пишет Великий князь, – не забывайте трех дел тех, не тяжки ведь они...» [4, с.19]. Мы можем заметить, что Мономах не говорит о великих подвигах, а рассказывает о том, какие простые повседневные поступки, с его точки зрения, стоит совершать. Поэтому его наставления нередко называют концепцией «малых дел» – это те нравственные действия, которые доступны каждому, и которые важно выполнять постоянно. Философский смысл «малых дел заключается в том», что они формируют внутреннее состояние человека. Владимир Мономах описывает именно устойчивый образ поведения, которого, по его мнению, должен придерживаться каждый человек, стремящийся вести нравственный образ жизни. Как замечает В.В. Мильков, «Поучение» можно считать этико-политической программой: «Несмотря на незавершенность труда, текст представляет собой высокий образец этико-политического микротрактата» [5, с.135], однако основной его смысл – это обращение к внутреннему миру человека. Изучая текст «Поучения», мы можем выделить три добрых дела: покаяние, слезы и милостыня. «И это вам, дети мои, – пишет Мономах, – не тяжкая заповедь Божия, как теми делами тремя избавиться от грехов своих и Царствия небесного не лишиться» [4, с. 19]. Таким образом, Мономах призывает детей своих к милосердию, справедливости и личной ответственности как соблюдению минимальных нравственных обязанностей каждого христианина.

Милосердие.

Первое доброе дело – милосердие. Милосердие у Мономаха – это не редкий акт доброты, а ежедневная норма. Он пишет: «Убогих не забывайте, но сколько можете, по силе кормите» [4, с.19]. Эта формулировка в концепции «малых дел» имеет принципиальное значение. Мономах под-

чёркивает, что от человека не требуется чего-то невозможного. Он утверждает, что помощь нуждающимся должна оказываться по силе, то есть в соответствии с возможностями каждого. Владимир Мономах также советует: «Куда ни пойдёте и где ни останетесь, напоите и накормите нищего» [4, с. 20]. Данная цитата позволяет понять, что милосердие должно сопровождать человека в обычной жизни, а не быть чем-то исключительным. Также в «Поучении» Мономах утверждает, что гостеприимство и помощь нужно оказывать всем людям, вне зависимости от их знатности и социального статуса: «Более же всего чтите гостя, откуда бы к вам ни пришел, простолюдин ли, или знатный, или посол; если же не можете почтить его подарком, то пищей и питьём...» [4, с. 20]. По мнению исследователя Л.Г. Дорофеевой, «Поучение» – это своего рода нравственная исповедь, где истинная добродетель видна не в редких поступках, а в постоянстве «В основе этого произведения находится “поступок и исповедь-самоотчет”» [1, с. 1]. Исходя из этого, отметим, что Владимир Мономах считал, что милосердие – это небольшое, но обязательное дело, которое является способом внутреннего самосовершенствования и ежедневно помогает сохранять чистоту души.

Справедливость

Второе доброе дело – справедливость, которую Мономах понимает как отказ от зла и несправедливости. В.В. Мильков отмечает, что в «Поучении» сформирован взгляд на нравственные ограничения власти и поведения, где важен отказ от зла как основа морали. «Значение Мономаха в истории отечественной мысли состоит в том, что он первым из древнерусских авторов обозначил моральные ограничения для политики. Впервые были выдвинуты требования к самой власти...» [5, с. 144]. Действительно, принцип ограничения власти ради справедливости, сформулированный в «Поучении», очень важен, однако справедливость, как и все «малые дела» в концепции Мономаха, должна быть частью нравственной жизни каждого человека. Справедливость проявляется не в громких судебных решениях, а в обычных поступках – не вредить другим, не допускать насилия, не притеснять слабых. Владимир Мономах обращается к читателям: «Ни правого, ни виновного не убивайте и не повелевайте убивать» [4, с. 20]. На первый взгляд может показаться, что это требование обращено к правителю, однако его нравственный смысл значительно шире. Здесь формулируется минимальный моральный принцип: человек не должен причинять зла другому, даже если у него есть возможность. Это требование обращено ко всем людям. Мономах считал, что справедливость – это не только активное вмешательство, но и нравственное самоограничение. Это и есть форма «малого дела» – избежать несправедливости там, где она бы могла возникнуть. В.В. Мильков указывает, коммен-

тируя «Поучение»: «Рассуждения о недопустимости душегубства стоят в одном ряду с заповедью о непогублении человека, которая оформлена как призыв к защите слабых от сильных: “не давайте сильным погубить человека”» [5, с.139]. Таким образом, мы можем отметить, что вторая обязанность – избегать несправедливости и зла в повседневной жизни. Справедливость – это ещё одно «малое дело» Владимира Мономаха, которое поддерживает нравственный порядок, являясь частью концепции «малых добрых дел».

Личная ответственность

Третье дело, которое мы можем найти в «Поучении» – личная ответственность, связанная с постоянной внутренней работой над собой. В контексте концепции «малых дел» этот принцип приобретает особое значение. Мономах призывает: «Что умеете хорошего, того не забывайте, а чему не умеете – учитесь» [4, с. 20]. Это призыв учиться и развиваться постоянно, а не время от времени. Он также подчёркивает, что нравственная жизнь требует усилий и ежедневного контроля. Например, советует: «В дому своем не ленитесь, но за всем сами наблюдайте» [4, с. 20]. Этими утверждениями Мономах пытается показать, что человек не должен быть пассивным и безразличным к собственной жизни, он должен находиться в постоянном развитии. Речь идёт не о каких-то единичных достижениях, а о постоянных, ежедневных усилиях. Философский смысл личной ответственности как «малого дела» заключается в том, что нравственность начинается с внутреннего состояния человека. Выдающийся исследователь русской средневековой мысли Д.С. Лихачёв считает, что в «Поучении» выражена идея высокой ответственности человека перед собственной совестью. «Мономах внёс сильное этическое начало в свою политическую деятельность. Он писал сочинения, открыто обсуждал свои поступки с этической точки зрения, признавал открыто, перед лицом всех, свои ошибки, не побуждаемый никем и ничем, во имя одной только правды» [3, с.150]. Поэтому третье доброе дело Владимира Мономаха – это постоянный внутренний труд, работа над собой, развитие и забота о душе.

Первичные данные нравственности Владимира Соловьёва

В системе русской религиозной философии этика Владимира Соловьёва представляет собой уникальный проект онтологического обоснования морали. В ключевом труде «Оправдание добра. Нравственная философия» мыслитель отходит от кантовского формализма и утилитаризма, обращаясь к непосредственным фактам нравственного сознания. Центральное место в этой конструкции занимает концепция «первичных данных нравственности», выступающих эмпирическим базисом для высших духовных истин. Представленный анализ фокусируется на феноме-

нологическом описании трёх основных чувств – стыда, жалости и благоговения, – опираясь на соответствующий раздел «Оправдания добра», и современную исследовательскую литературу. Подобный подход позволяет раскрыть структуру нравственного сознания не как набор предписаний, а как живую связь человека с природой, обществом и Абсолютом. Далее последовательно рассматривается внутренняя механика каждого из трёх оснований, выявляющая их роль в формировании целостной личности.

Чувство стыда

Философское осмысление стыда в системе В.С. Соловьёва выявляет его роль как фундаментального базиса этики. Прежде всего, данное переживание онтологически разграничивает человека и животный мир, лишённый чувства стыда. Если звери существуют в полном слиянии с инстинктом, то индивид сталкивается с внутренним противоречием между хотением и должным. Подобная способность не является результатом воспитания, а представляет собой врождённый атрибут человеческой сущности. Исследования характеризуют стыд как «нравственный фильтр», упорядочивающий отношение личности к низшей природе внутри неё. В момент переживания стыда духовное «Я» обособляется от телесного порыва, подтверждая приоритет духа над материей и наличие достоинства [6, с. 122]. Возникающее внутреннее раздвоение свидетельствует о Свободе субъекта. Кроме того, стыд служит эмоциональным фундаментом совести: «первичная основа совести есть чувство стыда» [6, с. 128]. Моральное суждение вырастает из непосредственного опыта, трансформируя его в этическую норму. Наконец, генезис этого феномена носит сущностный, а не утилитарный характер; он предназначен не для биологического выживания, а для указания на высшую телеологию человека и связь с Абсолютом [6, с. 132]. Это свидетельствует о присутствии божественного начала в людях.

Чувство жалости

Соловьёв трактует жалость не как скоропреходящую эмоцию, а как глубинную способность к солидарности с живым существом в его страдании [6, с. 119–120]. Данный аффект раскрывает бытийственную связь между людьми, утверждая ценность чужой жизни как самостоятельную данность. Автор сознательно вступает в полемику с Шопенгауэром. Если немецкий философ видел в сострадании «непосредственное отождествление» субъекта с объектом муки, то Соловьёв настаивает: моральная ценность деяния сохраняется лишь при условии, что «я» признаёт автономное значение «ты» [6, с. 125]. Таким образом, утверждается не слияние, а уважение к инаковости ближнего. Именно из этого признания, по

замыслу Соловьева, вытекает «золотое правило нравственности»: «Поступай с другими так, как хочешь, чтобы поступали с тобою» [6, с. 130]. Эмпатия становится не сентиментальным порывом, а чувством справедливости, укоренённым в сердце. В данной интерпретации жалость выступает «социальным связующим», утверждающим равенство всех живых существ перед лицом боли [2, с. 57]. Однако философ предостерегает: изолированное развитие данного качества рискует выродиться в «беспутное добродушие» – потакание порокам ради смягчения чужих страданий [6, с.133–135]. Лишь во взаимном дополнении трёх оснований складывается гармоничная нравственная личность.

Благоговение

Завершающим элементом триады выступает чувство благоговения, который В.С. Соловьёв трактует не как страх или покорность, а как свободное признание безусловного превосходства высшего начала над человеком. Если стыд упорядочивает отношение к низшей природе в нас, а жалость – к равным существам, то благоговение открывает вертикальное измерение этики: связь с Абсолютом [6, с.135]. Данное переживание есть «корень религиозного сознания», из которого произрастает добровольное служение высшему добру. Автор полемизирует как с рационалистической моралью, исключая религиозный аспект, так и с слепым подчинением, где личность теряет автономию. Благоговение – это свободный диалог субъекта с высшей истиной. Однако мыслитель предупреждает: изолированное развитие пиетета рискует выродиться в религиозный фанатизм или пассивный мистицизм. Лишь во взаимном дополнении трёх оснований складывается гармоничная нравственность. Без связи с высшим началом этика теряет онтологический фундамент и сводится к утилитарным правилам. Именно поэтому Соловьёв называет данный феномен «завершающим синтезом» духовной жизни, объединяющим аскетизм, альтруизм и благочестие. Такая позиция коррелирует с определением благоговения как «онтологического завершителя», связывающего человеческое достоинство с высшей истиной бытия [2, с. 58].

Общие основания нравственного императива.

Оба мыслителя предлагают трёхчастную модель нравственности, охватывающую отношения человека к себе, ближнему и Богу. В «Оправдании добра» выстраивается восходящее движение: от стыда (отношение к низшей природе) через жалость (солидарность с равным) к благоговению (ориентация на Абсолют) [6, с.119-135]. Согласно анализу, у древнерусского князя наблюдается структурно параллельная последовательность: покаяние (работа над собой), слёзы (выражение сокрушения) и милостыня (действие в отношении другого) [5, с.135]. В обоих случаях триада задаёт универсальный алгоритм нравственного становления, уко-

режённый в православной антропологии. Исследования показывают, что первичные данные не противоречат христианскому откровению, а раскрывают его внутренний смысл через феноменологический анализ [2, с.165]. Для автора «Поучения» «страх Божий» является исходной аксиомой: «то бо есть начаток всякому добру» [5, с. 134]. Центральным элементом обеих систем выступает милосердие. Соловьев демонстрирует, что жалость связывает человека с миром и служит основой альтруизма, утверждая уважение к инаковости другого [6, с.125]. В древнерусском памятнике милостыня занимает аналогичное структурное положение: это не просто благотворительность, а практическая реализация заповеди о ближнем [5, с.136]. Оба автора настаивают на доступности нравственного пути: подчёркивается врождённость первичных данных для любого человека [2, с.168], а аскетическая традиция адаптируется для мирян, предлагаемая «малые дела» как исповедь-самоотчёт, доступный князю в походе и любому человеку в миру [1, с. 99].

Ключевые различия в обосновании императива.

Фундаментальное различие заключается в онтологическом статусе нравственного основания. Философский подход исходит из феноменологии: стыд и жалость – это антропологические константы, внутренние чувства, обнаруживаемые при рефлексии [6, с.119-120]. Императив носит описательный характер: человек нравственен по природе. Древнерусский автор предлагает нормативную модель: покаяние, слёзы и милостыня – это конкретные практики, требующие волевого усилия [5, с.135]. Если первый отвечает на вопрос «почему человек способен к добру», то второй – на вопрос «что нужно делать для спасения».

Модели различаются и по вектору нравственного усилия. Одна ориентирована на преобразование сознания: от внутреннего различения должного к внешнему поступку [2, с.170]. Этика обосновывается автономно, через апелляцию к самоочевидности нравственных чувств для разума [6, с. 132]. Другая направлена на овеществление внутреннего состояния во внешних действиях, видимых людям и Богу [5, с.136]. Императив строится на гетерономном основании: источником добра является воля Божия, а разум подчинён авторитету Откровения. «Поучение» характеризуется как высокий образец этико-политического микротрактата, где личная духовность неотделима от общественного служения [3, с.141].

Заключение. Представления Владимира Мономаха и Владимира Соловьёва о моральном императиве объединяет христианский гуманизм, ориентация на практическое добро и вера в возможность нравственного совершенствования человека. Однако если Мономах предлагает простую и доступную формулу спасения через покаяние, слёзы и милостыню, то Соловьев строит систематическую философию нравственности, где стыд,

жалость и благоговение становятся онтологическими основаниями человеческого достоинства.

Таким образом, этика Мономаха – это пастырское наставление, обращённое к сердцу; этика Соловьёва – философское учение, обращённое к разуму. Вместе они отражают преемственность и развитие русской нравственной мысли: от средневековой духовности к религиозно-философскому синтезу Нового времени.

Библиографический список

1. Дорофеева, Л.Г. «Поучение» Владимира Мономаха как исповедь-самоотчёт: к проблеме интерпретации // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта, 2010. – № 8. – С. 97–101.
2. Ерофеева, К.Л. «Первичные данные нравственности» Владимира Соловьёва: актуальные аспекты // Соловьёвские исследования, 2001. – Вып. 1. – С. 161–174.
3. Лихачев, Д.С. Сочинения князя Владимира Мономаха // Лихачев Д.С. Великое наследие: Классические произведения литературы Древней Руси. – Москва: Художественная литература, 1975. – С. 141–162.
4. Максимов, М.В. Владимир Мономах // Максимов М.В. Русская философия X–XVII веков: хрестоматия. – Иваново: ИГЭУ, 1997. – С. 16–20.
5. Мильков, В.В. Этико-политическая программа Владимира Мономаха // Философский журнал, 2020. – Т. 13. – № 4. – С. 134–147.
6. Соловьёв, В.С. Оправдание добра. Нравственная философия // Соловьёв В.С. Сочинения: в 2 т. / В.С. Соловьёв; АН СССР, Ин-т философии. – Москва: Мысль, 1988. – Т. 1. – С. 119–135.

*К.Т. Хлебникова, студ.; рук. Е.С. Бужор, к. филос. н., доц.
(Финуниверситет при Правительстве РФ, г. Москва)*

ПРОБЛЕМА ИСТИНЫ В ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНОЙ ФИЛОСОФИИ ЛЬВА ШЕСТОВА

Несмотря на вечность вопроса об истине в философии, представления о ней никогда не были по-настоящему однородны. Классическая традиция настаивала на объективности и всеобщности. Предполагалось, что логически выстроенное мышление способно не только уловить закономерности мира, но представить их в виде целостной картины. Подобная позиция существовала достаточно долго, но уже к концу XIX-началу XX столетия становится заметен поворот в понимании категории истины. Она обнаруживается через человеческий опыт внутренних переживаний, страхов, тревог, через раскрытие тайны бытия и попыток найти личностный смысл. На этом фоне и формируется экзистенциальная философия,

которая ориентирует мысль на изучение живого существования человека [1].

Лев Шестов является одним из наиболее ярких представителей религиозного экзистенциализма в русской философии. Его подход трудно описать через привычные и известные рамки экзистенциальной парадигмы. Центральной темой размышления философа становится судьба конкретного человека, который оказывается в ситуации внутреннего надлома, где привычные ориентиры теряют свою силу [2]. В этом смысле Льва Шестова интересует связь природы истины с конкретным живым опытом и его осмысление благодаря творческой вере.

В конце XIX века кризис рационалистического мышления, который накапливался достаточно долго, становится особенно ощутимым. Главной уязвимостью рационалистических конструкций являлось игнорирование живого измерения жизни, а конкретнее того, что можно назвать переживанием конечности и временности. Наука и общественная мораль, которые опирались на общие формальные причины, оказались совершенно бессильны перед дилеммами и вызовами человеческой судьбы, перед обреченностью человека на смерть, «на трагические исходы жизни» [3, С. 132]. Так в философии возникает потребность в ином понимании истины. Если в классической традиции истина была тесно связана с необходимостью, то Лев Шестов подчеркивает, что «необходимость» превращается в ограничение. Рационализм подчиняет человека жёстким законам, и такая истина ведет к «порабощению духа человека, подчинению его властью необходимости» [4, С. 214]. Разум, который должен освобождать, на практике нередко оказывается инструментом давления. Критическое отношение распространяется в философии Льва Шестова и на научное знание. Стремясь к универсальности и объективности, наука неизбежно абстрагируется от конкретного человеческого опыта.

Существенное влияние на Льва Шестого оказывают идеи зарубежных философов, а именно Фридриха Ницше и Сёрена Кьеркегора. От первого он заимствует полное недоверие к рациональности и стремление разрушить устойчивые интеллектуальные конструкции, ведущие в результате к нигилизму. От второго – внимание к субъективному измерению истины, в её связи с личным выбором каждого человека и поиском подлинной веры. В результате истина перестаёт восприниматься как фиксированный факт и начинает осмысляться как индивидуальный внутренний опыт. Экзистенциальная мысль противопоставляет себя классической философии. Она утверждает приоритет собственного переживания над отвлечённым, полностью структурированным знанием [1].

Также большое влияние на философские идеи Льва Шестова оказывает русская литература. Ещё со школы известно, что в произведениях Ф.

М. Достоевского и Л. Н. Толстого раскрываются глубинные конфликты человеческой души, ставятся вопросы свободы, ответственности и пределы человеческих возможностей. Эти мотивы находят прямое воплощение в идеях философа. Его внимание сосредоточено на судьбе «маленького человека». Он наблюдает за ним в ситуациях предельного выбора, где привычные объяснения не приносят успокоения и решения. Речь идёт о пограничных состояниях, в которых человек сталкивается с фундаментальными вопросами бытия и вынужден искать ответ без опоры на привычные стереотипы.

В классической философии считалось, что разум является высшей формой познания. Но Лев Шестов совершает переворот и говорит о том, что необходимо учитывать иные способы постижения мира – интуицию, веру, внутренний опыт [4]. По его мнению, именно они позволяют выйти за пределы логических ограничений и приблизится к экзистенциальным аспектам бытия. В книге «На весах Иова» поднимается вопрос о границах рационального понимания [8]. Философ отмечает, что человек вынужден существовать в ситуации неопределённости, где окончательные ответы никак не могут быть обнаружены. В таком контексте истина перестаёт быть окончательным результатом и превращается в процесс. Она становится непрерывным движением и бесконечным внутренним поиском, самой жизнью [5].

Будучи проявлением свободы и спонтанности, философия должна охватывать неизвестное как таковое, но не в знании, а в «жизненных ситуациях и актах»: «Ее задача – научить человека жить в неизвестности, того человека, который всего более боится неизвестности и прячется от нее за различными догматами. Короче: задача философии не успокаивать, а смущать людей». И еще: «Философия с логикой не должна иметь ничего общего; философия есть искусство, стремящееся прорваться сквозь логическую цепь умозаключений и выносящее человека в безбрежное море фантазии, фантастического, где все одинаково возможно и невозможно» [10]. Подобный «экспериментальный» характер в духе абсурда преследует вполне человеческие цели: показать открытость, «негарантированность» всякого бытия, помочь людям обрести свободу поисков истины там, где ее обычно не ищут и не хотят. Лев Шестов не отрицал, что философия как «великая и последняя борьба» потенциально или актуально действительно всеобща. Но она может быть философией только индивидуального жизненного бытия одинокого человека; иначе говоря, это философия касающегося всех и вместе с тем «личного» одиночества: «Безнадежность – торжественнейший и величайший момент в нашей жизни. До сих пор нам помогали - теперь мы предоставлены только себе. До сих пор мы имели дело с людьми и человеческими законами –

теперь с вечностью и отсутствием всяких законов. Как можно не знать этого!» [10].

Продолжая осмысления экзистенциальных вопросов, Лев Шестов пишет работу «Миф и истина. К метафизике познания». В ней автор сосредотачивается на проблеме «самоочевидных истин». Для философа они требуют пересмотра [6]. Он считает, что их безусловное принятие лишь создаёт иллюзию ясности и блокирует движение мысли. Подлинное созерцание и осмысление начинается там, где исчезает уверенность и точность. Философ отказывается от объективности и неизменности в трактовке истины, предлагая вместо этого начать соединять познание с глубинами человеческого существования.

Льва Шестова можно смело называть критиком рационализма. Он продолжает общий поворот философии к человеку, к его внутреннему миру. В классической парадигме мышления истина ассоциировалась с необходимостью, универсальностью и логикой. Лев Шестов показывает, что стремление разума к ясности и упорядоченности имеет свою цену. Логическому мышлению по своей природе необходимо устранять неопределённость, находить устойчивые схемы, причинно-следственной связи, быть предсказуемым. Но живая реальность не ложится в классическое понимание логического мышления и приводит к экзистенциальным вопросам. Реальность распадается на случайности, непредсказуемые повороты, противоречия, которые невозможно упорядочить в строгую систему. Именно здесь обнаруживается глубокий разрыв между фактом человеческого существования и рациональным аппаратом. Философия, которая долгое время была ориентирована исключительно на разум, оказывается неспособна к тому, чтобы встретиться с составляющими внутренней драмы личности.

При этом позиция философа не сводится к обычному отрицанию рациональности. Наоборот, критика сопровождается попыткой найти иной способ осмысления истины. Одним из наиболее выразительных образов становится противопоставление «Афин» и «Иерусалима» [9]. За названиями городов скрывается два принципиально разных отношения к миру. «Афины» – это место логики, необходимости, доказательства, где истина согласуется с классической традицией и мыслится как нечто обязательное и единое для всех. «Иерусалим» в свою очередь, открывает совершенно другую перспективу. Там истина не выводится и не доказывается, а переживается и открывается в опыте веры. Такое сравнение позволяет по-новому взглянуть на природу мышления [6].

Конфликт между «Афинами» и «Иерусалимом» отражает более фундаментальное противостояние между свободой и необходимостью. Пока классическая традиция настаивает на неизменности законов, в рамках

которых разворачиваются природа и человеческая жизнь, вера допускает возможность разрыва этой необходимости. Лев Шестов фактически выдвигает свободу в ранг высшей ценности, противопоставляя её диктату рациональных закономерностей [7]. В результате истина утрачивает статичность и начинает восприниматься как нечто подвижное и творческое, Особое место в этой конструкции занимает идея невозможного. Для разума всегда существуют границы допустимого: он чётко разделяет возможное и невозможное. Однако философ настаивает на том, что подлинное постижение начинается именно там, где эти границы рушатся. Истина не укладывается в рамки доказуемого, она возникает в тех точках, где логика теряет свою силу и человек остаётся один на один с неизвестным.

Отсюда вытекает и переосмысление роли логики. Стремление к непротиворечивости, столь важное для рационального мышления, не может служить универсальным критерием истины. Жизнь сама по себе противоречива, и попытка устранить это противоречие неизбежно приводит к её упрощению. В результате истина у Льва Шестова приобретает парадоксальный характер: она может идти вразрез со здравым смыслом и всё же сохранять свою значимость. Эта линия получает развитие в его собственных работах, где всё более отчётливо звучит мысль о необходимости отказаться от иллюзии окончательного знания.

В результате критика рационализма и образное противопоставление «Афин» и «Иерусалима» открывают иной горизонт понимания истины. Она больше не воспринимается как универсальная и неизменная величина. Её смысл раскрывается в связи с человеческим опытом, с внутренней жизнью личности, её способностью к свободе и вере [9]. Такое понимание естественным образом приводит к формированию экзистенциальной трактовки истины. Её невозможно задать заранее или выразить в универсальной формуле – она возникает в самом процессе жизни, в напряжении, сомнении, внутренней борьбе. Истина не отделима от существования. Философия перестаёт быть системой законченных положений и становится способом осмысления живой жизни.

Идеи Льва Шестова не теряют актуальности. В современном мире, где вопросы веры и экзистенциальной правды столь значительны, философия вновь обретает присущее ей экзистенциальное измерение. Ведь истина – творческий поиск и путь.

Библиографический список

1. Бабанов, А. В. Лев Шестов: что такое экзистенциальная философия? / А. В. Бабанов // Горизонты гуманитарного знания, 2022. – № 5. – С. 65-89. – DOI 10.17805/ggz.2022.5.5. – EDN QVMCGV.

2. Владыкина, Е. Ф. Последние истины Льва Шестова // Вестник ВятГУ. 2009. №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/poslednie-istiny-lva-shestova> (дата обращения: 31.03.2026).
3. Межуев, Б. В. Лев Шестов – по ту сторону истины и добра// Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 3. Философия, 2021. № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lev-shestov-po-tu-storonu-istiny-i-dobra> (дата обращения: 31.03.2026).
4. Филатов, А. В. Лев Шестов и Иммануил Кант, разум и интуиция: суть противоречия / А. В. Филатов // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки, 2010. – № 3(83). – С. 214–216. – EDN MBDHMJ.
5. Шестов, Л. И. «Что такое истина? (Об этике и онтологии). – URL: http://www.odinblago.ru/shestov_na_vesah_iova/8 (дата обращения: 02.04.2026).
6. Шестов, Л. И. «Миф и истина. К метафизике познания» – URL: https://dugward.ru/library/shestov/shestov_mif_i_istina.html (дата обращения: 02.04.2026).
7. Бердяев, Н. А. «Основная идея философии Льва Шестова» – URL: <https://philhist.spbu.ru/biblioteka/istochniki/48-osnovnaya-ideya-filosofii-lva-shestova.html> (дата обращения: 02.04.2026).
8. Шестов, Л. И. «На весах Иова». – URL: <https://predanie.ru/book/69949-na-vesah-iova/> (дата обращения: 04.04.2026).
9. Шестов Л. И. «Афины и Иерусалим». – URL: <https://predanie.ru/book/69938-afiny-i-ierusalim/> (дата обращения: 04.04.2026)
10. Шестов Л. И. «Апофеоз беспочвенности». – URL: https://dugward.ru/library/shestov/shestov_apofeoz.html (дата обращения: 09. 04. 2026)

С.А. Чернов, Я.А. Наумова, студ.;
рук. М.В. Максимов, д. филос. н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)

ГЕДОНИЗМ И ЭВДЕМОНИЗМ: СХОЖДЕНИЕ И РАСХОЖДЕНИЕ ПРАВСТВЕННЫХ ПОЗИЦИЙ

Актуальность темы. Каждый человек хотя бы раз в жизни задавался вопросами: «В чём смысл моих поступков?», «Что сделает меня по-настоящему счастливым?», «Стоит ли стремиться к удовольствию здесь и сейчас или лучше жить ради высокой цели?». На протяжении всей истории философии эти вопросы оставались в центре внимания. Сегодня, в эпоху массовой культуры потребления, рекламы, социальных сетей и индустрии развлечений, различие между сиюминутным удовольствием и глубоким удовлетворением от жизни становится особенно важным. Именно поэтому сравнение двух влиятельных этических учений – гедонизма и эвдемонизма – не теряет своей актуальности.

Цель работы – сравнить два подхода к высшему благу, выявить их точки соприкосновения и фундаментальные расхождения, а также пока-

зать, как эта классическая философская проблема преломляется в современных психологических и этических исследованиях.

Гедонизм и его особенности

Как отмечает Р.Г. Апресян в статье «Гедонизм», опубликованной в «Новой философской энциклопедии», термин происходит от древнегреческого слова *hedone* (др.-греч. ἡδονή) – «удовольствие», «наслаждение». Гедонизм – это тип этических учений, согласно которому удовольствие является высшим благом, смыслом жизни и главным критерием моральности поступка. Основной принцип гедонизма предельно прост: «Хорошо то, что приносит удовольствие; плохо то, что причиняет страдание». Человек, с точки зрения гедониста, всегда стремится к удовольствию и избегает страдания, и в этом заключается главная пружина его поведения. Однако гедонизм не был единым учением. Р.Г. Апресян выделяет несколько его исторических форм. Первая, самая ранняя форма связана с одной из сократических философских школ в Древней Греции – киренской. Это так называемый «грубый» или «вульгарный» гедонизм. Киренаики абсолютизировали физическое, сиюминутное удовольствие «здесь и сейчас». Человек, по их мнению, – хозяин своих ощущений, и цель жизни – выжать максимум приятных моментов из каждого мгновения, не задумываясь о будущих последствиях [1].

Совершенно иной, более утончённый вариант гедонизма предложил Эпикур (IV–III вв. до н.э.). Его часто понимают как проповедника разгула, но это совершенно не так. На самом деле Эпикур учил, что высшее удовольствие – это не бурная радость, а атараксия – безмятежность, невозмутимость, полное отсутствие душевных и телесных страданий. Эпикур призывал выбирать удовольствия: некоторые из них (например, чрезмерная еда или пьянство) ведут к последующим страданиям – болезни, угрызениям совести, поэтому от них лучше отказаться. Такой «расчётливый» гедонизм оказывается гораздо ближе к разумной и умеренной жизни.

В Новое время гедонизм обрёл социальное измерение в рамках утилитаризма (Иеремия Бентам, Джон Стюарт Милль). Бентам сформулировал принцип «наибольшего счастья для наибольшего числа людей». Каждый поступок, по Бентаму, следует оценивать по тому, сколько удовольствия он приносит и скольким людям. Бентам даже пытался создать «исчисление удовольствий» – калькуляцию по таким параметрам, как интенсивность, длительность, вероятность и отдалённость удовольствия во времени [2]. Это была попытка сделать этику точной наукой.

Однако у гедонизма есть серьёзные слабые места. Апресян, а также Дж. Мур в своей работе «Принципы этики» указывают на так называемый «парадокс гедонизма». Он заключается в следующем: если человек

целенаправленно ставит себе целью получить удовольствие и начинает гнаться за ним, он это удовольствие, как правило, не получает. Удовольствие приходит не тогда, когда мы его ищем, а как побочный, незапланированный эффект другой деятельности – например, чтения интересной книги, разговора с другом или помощи нуждающемуся человеку. Когда мы концентрируемся на себе и своих ощущениях, удовольствие ускользает [3]. Это напоминает известную проблему «преследования счастья»: чем больше мы его ловим, тем дальше оно от нас.

Кроме того, Дж. Мур в «Принципах этики» наносит гедонизму ещё один удар. Он формулирует понятие «натуралистической ошибки» – попытки определять этическое понятие «добро» (или «благо») через природные, естественные свойства, такие как «приятное», «желаемое» или «полезное». Мур доказывает, что «добро» – это простое, неопределимое понятие, которое мы познаём интуитивно. Сводить добро к удовольствию – значит совершать логическую ошибку. Более того, Мур утверждает, что существуют блага, которые являются таковыми сами по себе, независимо от того, приносят ли они удовольствие конкретному человеку: это красота, дружба, познание [3].

По мимо этого также хочется обратиться к статье Т.Ф. Гусаковой «Критика Вл. Соловьевым гедонизма и духовный кризис нашего времени» [4]. Автор подчёркивает, что гедонизм относится к «отвлечённым началам» – учениям, которые абсолютизируют один из элементов нравственной жизни, принимая часть за целое. Соловьев признаёт за гедонизмом его «правду» (в высшем благе человек должен найти удовлетворение), но «ложь» гедонизма заключается в том, что он полагает удовольствие окончательной и безусловной целью. Соловьев выделяет четыре рода удовольствий: материальные, эстетические, умственные и нравственные. Низшие, материальные удовольствия не могут быть целью и содержанием человеческой жизни, так как ведут к пресыщению, скуке, внутренней пустоте и отращению к жизни. Даже высшие удовольствия не могут быть возведены в ранг всеобщего высшего блага, потому что они доступны не для всех, эфемерны и не воздействуют на волю. Т.Ф. Гусакова отмечает, что в современном обществе принцип удовольствия освободился от моральных ограничений, гедонистическая мотивация культивируется рекламой и массовой культурой, наблюдается гипергедония – патологически повышенное стремление к удовольствиям, развлечениям, наслаждениям. Философия Соловьева в этом контексте предстаёт как возможный путь преодоления духовного кризиса через возвращение к идее добра как безусловной ценности.

Соловьев убедительно показывает несостоятельность гедонизма как этической стратегии: удовольствие не может быть высшим благом, так

как оно субъективно, эфемерно, ведёт к скуке и духовной пустоте. Подлинное благо, по Соловьёву, требует одухотворения человека через служение добру.

Эвдемонизм: счастье как добродетельная жизнь чем отличается

Рассмотрим концепцию эвдемонизма. Как поясняет А.А. Гусейнов в статье «Эвдемонизм» в «Новой философской энциклопедии», термин происходит от греческого *eudaimonia* (от греч. *εὐδαιμονία*). Термин часто переводят как «счастье», но буквально он означает «сопутствие доброму гению» или «процветание», «полноту бытия». Эвдемонизм – это учение, согласно которому высшим благом является счастье, понимаемое не как субъективное ощущение, а как объективное качество жизни, как реализация человеком своего предназначения.

Ключевое отличие от гедонизма, по Гусейнову, заключается в следующем: гедонист спрашивает: «Что я чувствую?», эвдемонист спрашивает: «Кем я становлюсь?» и «Какова моя жизнь в целом?» [5].

Классическое изложение эвдемонизма представлено в «Никомаховой этике» Аристотеля (IV в. до н.э.). Это первоисточник, на который мы опираемся в первую очередь.

Аристотель начинает с того, что любое искусство и любое действие стремится к определённом благу. Но существует высшее благо, к которому стремятся ради него самого, а не ради чего-то иного. Это высшее благо – счастье, эвдемония. Аристотель последовательно доказывает, что счастье не может быть тождественно удовольствию: удовольствие испытывают и животные, а человек отличается от животного разумом. Не может счастье заключаться и в почестях (поскольку их дают другие люди) или в богатстве (поскольку это лишь средство для чего-то другого). «Счастье – это деятельность души сообразно добродетели, причём в достаточно полной жизни», – утверждает Аристотель [6]. Обратим внимание на три ключевых момента. Во-первых, счастье – это деятельность, а не пассивное состояние. Нельзя быть счастливым, просто лежа на диване. Во-вторых, эта деятельность должна быть сообразна добродетели – то есть осуществляться в соответствии с лучшими качествами человека: разумом, справедливостью, мужеством, умеренностью. В-третьих, счастье требует полноты жизни: один день не делает человека счастливым, как одна ласточка не делает весны. Важно подчеркнуть: Аристотель вовсе не отрицает удовольствие. Напротив, он пишет, что никто не назовёт счастливым того, кто не испытывает радости. Удовольствие – это не цель, а естественное завершение добродетельной деятельности, подобно тому, как молодость завершает цветущий возраст. Разные виды деятельности приносят разные удовольствия. И высшее счастье, по Аристотелю,

– это созерцательная деятельность (философия, познание вечных истин), поскольку она наиболее самодостаточна и непрерывна.

Аристотель – не единственный, кто писал об эвдемонизме. обстоятельный анализ этой этической позиции дан В.С. Соловьевым в работе «Оправдание добра. Нравственная философия» (в главе шестой «Мнимые начала практической философии») [7]. В.С. Соловьев в «Оправдании добра» подвергает эвдемонизм систематической критике, рассматривая его как одно из «отвлеченных начал» практической философии. Исходная проблема, по Соловьеву, – несовпадение нравственного добра и реального блага (счастья): добро может сопровождаться неудовлетворенностью, а зло – удовольствием.

Соловьев признает «правду» эвдемонизма: в высшем благе человек должен найти удовлетворение. Однако «ложь» эвдемонизма – в абсолютизации счастья как окончательной цели. Из принципа стремления к счастью нельзя вывести определенных нравственных правил, так как счастье – понятие субъективное и бессодержательное. Эгоистическое счастье, возведенное во всеобщий принцип, «сам себя уничтожает во внутреннем противоречии».

При этом Соловьев не отвергает эвдемонизм полностью. Противоречие между добром и благом не является внутренне необходимым: оно возникает лишь из-за несовершенства добра или ложного его понимания. Совершенное добро, по Соловьеву, неизбежно ведет к совершенному удовлетворению. Таким образом, истинное счастье – не самостоятельная цель, а естественное следствие добродетельной жизни.

Также мы можем подчеркнуть и другие позиции, касающиеся эвдемонизма и его истории. В. Татаркевич в своей книге «О счастье и совершенстве человека» говорит, что в античности эвдемонизм господствовал в разных формах: счастье как гармония души (по Платону), счастье в добродетели, независимо от внешних обстоятельств (у стоиков) [8]. В Средние века произошёл перенос счастья в потусторонний мир, но даже там, как показывает А.В. Игнатенко в книге «В поисках счастья», в арабско-мусульманской философии (аль-Фараби, Ибн Сина) античный эвдемонизм синтезировался с религиозными идеями: счастье понималось как интеллектуальное приближение к Богу. В Новое время эвдемонизм возвращается на землю: философы Просвещения (как и Аристотель) связывали счастье с самореализацией человека в обществе [9].

Гедонизм и эвдемонизм: общее и особенное

Несмотря на все различия, у гедонизма и эвдемонизма есть и общие черты. Их выделяют Гусейнов и Апресян в труде по этике [10]:

1. *Объект поиска.* Обе концепции антропоцентричны: в центре их внимания находится благо человека. Ни гедонизм, ни эвдемонизм не тре-

буют от человека отказа от самого себя ради абстрактных трансцендентных целей.

2. *Посюсторонность*. И гедонизм (в своих классических формах, особенно у Эпикура), и эвдемонизм ищут благо в этой, земной жизни. Они не ориентированы на загробное воздаяние (в отличие от аскетических направлений христианства или буддизма). Счастье и удовольствие – это ценности *здесь и сейчас*.

3. *Принятие удовольствия*. Классический эвдемонизм, как мы видели у Аристотеля, не призывает к аскетическому отказу от радостей. Удовольствие входит в состав счастливой жизни, но в качестве следствия, а не цели. Это момент схождения: ни один уважающий себя эвдемонист не скажет, что счастливый человек должен быть несчастен.

Различия гораздо глубже и принципиальнее. Как отмечает К. Муздыбаев в статье «Эгоизм личности» [11], гедонизм часто обвиняют в эгоизме, и небезосновательно: если моя главная цель – моё собственное удовольствие, то интересы других могут быть принесены в жертву. Эвдемонизм, напротив, предполагает, что добродетельный человек не может быть эгоистом в вульгарном смысле, поскольку его личное счастье неразрывно связано с благополучием окружающих. Рассмотрим остальные различия направлений, представленные в таблице 1.

Таблица 1. Различия гедонизма и эвдемонизма

Критерий сравнения	Гедонизм	Эвдемонизм
Высшее благо	Удовольствие (субъективное переживание, ощущение)	Счастье (объективное качество жизни, полнота бытия)
Критерий морали	Степень удовольствия или страдания, которые приносит поступок	Степень добродетельности, то есть соответствия поступка высшему предназначению человека
Отношение к деятельности	Удовольствие может быть пассивным (получение ощущений)	Счастье — всегда активная деятельность души, осуществление способностей
Роль разума	Разум — инструмент для поиска и максимизации удовольствий (калькуляция)	Разум — основа добродетели; жить по разуму и значит быть счастливым
Отношение к обществу	Возможен как эгоцентризм, так и социальный расчёт (утилитаризм)	Счастье неразрывно связано с жизнью в обществе, добродетель проявляется в отношении к другим

Современное звучание проблемы (психологический аспект)

Интересно, что спор гедонизма и эвдемонизма продолжается не только в философии, но и в современной психологии. Как показано в обзоре К.О. Озиковой «Эволюция представлений о субъективном благополучии личности», в позитивной психологии различают два типа благополучия:

– *Гедонистическое благополучие* (субъективное благополучие): фокус на эмоциональном комфорте, балансе положительных и отрицательных эмоций, удовлетворённости жизнью.

– *Эвдемонистическое благополучие* (психологическое благополучие): фокус на осмысленности жизни, самоактуализации, личностном росте, наличии целей и автономии. Исследования показывают, что полноценная жизнь требует сочетания обоих типов, но именно эвдемонистический компонент обеспечивает долгосрочное психическое здоровье и устойчивость к жизненным трудностям [12].

Наконец, упомянем радикальную современную версию «разумного эгоизма», представленную Айн Рэнд в книге «Добродетель эгоизма». Рэнд утверждает, что единственная этическая цель человека – его собственное счастье и жизнь, но это не примитивное потребление, а рациональный эгоизм, основанный на продуктивном труде, гордости и разуме [13]. Эта позиция занимает промежуточное положение: она близка к гедонизму в своём индивидуализме, но к эвдемонизму – в требовании самореализации через деятельность.

Заключение. Гедонизм и эвдемонизм представляют собой две различные, хотя и исторически связанные, этические стратегии. Гедонизм утверждает, что высшее благо – это удовольствие, и человеку достаточно научиться правильно его исчислять и выбирать. Эвдемонизм, восходящий к Аристотелю, утверждает, что высшее благо – это счастье как реализация добродетельной деятельности, и удовольствие является лишь его естественным следствием.

Они сходятся в том, что оба ищут благо человека в этой жизни и оба не отрицают ценности удовольствия. Но они расходятся в понимании природы блага (субъективное ощущение против объективного качества жизни), критерия морали (удовольствие против добродетели) и роли деятельности (пассивное потребление против активной самореализации). В современном мире, где индустрия развлечений и реклама постоянно подталкивают к вульгарному гедонизму («потребляй, не думая о последствиях»), эвдемонистическое напоминание о ценностях развития, творчества, дружбы и заботы о других приобретает особую важность. Как писал В. Татаркевич, счастье – это не просто удача или интенсивная радость, а удовлетворённость жизнью в целом, которая достигается только через реализацию того лучшего, что есть в человеке.

Библиографический список

1. Апресян, Р.Г. Гедонизм // Новая философская энциклопедия: в 4 т. Т. 1. / Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; пред. научно-ред. совета В.С. Степин. – 2-е изд., испр. и допол. – Москва: Мысль, 2010. – С. 493.

2. Бентам, И. Введение в основания нравственности и законодательства. – Москва: РОССПЭН, 1998.
3. Мур, Дж. Принципы этики. – М.: Прогресс, 1984. – 327 с.
4. Гусакова, Т.Ф. Критика, Вл. Соловьёвым гедонизма и духовный кризис нашего времени // Соловьёвские исследования, 2008. – Вып. 18. – С. 72–80.
5. Гусейнов, А.А. Евдемонизм // Новая философская энциклопедия: в 4 т. Т. 2. / Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; предс. научно-ред. совета В.С. Степин. – 2-е изд., испр. и допол. – Москва: Мысль, 2010. – С.8–9.
6. Аристотель. Никомахова этика. Соч. в 4 т. Т. 4 // [ред. и авт. вступ. ст. А.И. Доватур, Ф.Х. Кессиди; примеч. В.В. Бибикина и др.]. – Москва: Мысль, 1975 – С. 53–293.
7. Соловьёв, В.С. Оправдание добра. Нравственная философия // Соловьёв В.С. Соч. в 2 т. Т. 1 / сост., общ. ред. и вступ. ст. А.Ф. Лосева и А.В. Гулыги; примеч. С.Л. Кравца и др. – Москва: Мысль, 1988. – С. 47–580.
8. Татаркевич, В. О счастье и совершенстве человека. – Москва: Прогресс, 1981. – 368 с.
9. Игнатенко, А.В. В поисках счастья. – Москва: Мысль, 1989. – 264 с.
10. Гусейнов, А.А., Апресян, Р.Г. Этика: учебник. – Москва: Гардарики, 2000. – С. 246–255.
11. Муздыбаев, К. Эгоизм личности // Психологический журнал, 2000. – Т. 21, № 2. – С. 27–39.
12. Озикова, К.О. Эволюция представлений о субъективном благополучии личности // Вестник Томского государственного университета, 2015. – № 398. – С. 189–196.
13. Рэнд, А. Добродетель эгоизма. – Москва: Альпина Паблишер, 2024. – 267 с. – С. 72–80.

Б.А. Шавель, А.С. Карнов, студ.;
рук. М.В. Максимов, д. филос. н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)

ИСТИНА И ТИПЫ НАУЧНОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ

Проблема истины является одной из центральных в философии науки на протяжении всей её истории. Однако в эпоху стремительных технологических изменений, роста междисциплинарности и осознания сложности изучаемых объектов, вопрос о том, что значит «быть истинным» в науке, приобретает свою актуальность. Традиционное понимание истины как адекватного отражения объекта познающим субъектом («классическая концепция истины») сталкивается с новыми вызовами, порождаемыми современной научной практикой [5]. В связи с этим возникает необходимость исследовать, как сама структура научного познания – его цели, методы и философские основания – влияет на трактовку истинности научного знания.

Главная проблема, рассматриваемая в данной статье, заключается в выявлении закономерной связи между исторической сменой типов научной рациональности (классического, неклассического и постнеклассического) и трансформацией понимания истины в науке.

Данная проблематика рассматривалась в трудах многих авторов. Фундаментальное значение для её понимания имеют работы Вячеслава Семёновича Стёпина, который предложил критерии различия типов научной рациональности, связав их с особенностями системной организации объектов, идеалами и нормами исследования, а также философско-мировоззренческими основаниями науки [1, 2,]. Философско-исторический аспект проблемы раскрыт в работах П.П. Гайденко, анализирующей соотношение научной рациональности и философского знания [4]. С.А. Лебедев исследует природу научной истины, выделяя её объективные и субъективные основания [5], а Д.Л. Родзинский и Г.Д. Левин – проблемы рациональности и истинности в контексте эволюции научного познания [6, 7]. Опираясь на указанные работы, рассмотрим, как изменение типа рациональности неизбежно ведет к пересмотру критериев и содержания научной истины.

Первый тип научной рациональности – классический. Формируется в XVII – XVIII веках и доминирует в науке вплоть до конца XIX столетия. Его концептуальное ядро, как отмечает В.С. Стёпин, составляет идея простых систем [1]. В рамках механической картины мира объект рассматривается как нечто самотождественное, состоящие из неделимых элементов, свойства которого определяются исключительно его собственной природой, вне зависимости от условий познания. Процессы в таком мире подчинялись жёсткой лапласовской детерминации, а пространство и время мыслились как абсолютные, внешние по отношению к системе [2].

Этому типу системной организации объектов соответствовала специфическая система идеалов и норм исследования. Главным требованием к научному знанию, по Стёпину, была элиминация всего, что относится к субъекту, средствам и операциям его деятельности [1]. Объективность понималась как достижение знания об объекте «самом по себе». Субъект полагался отстраненным от мира, наделенным суверенным разумом, способным со стороны наблюдать и исследовать природу.

Понимание истины в этот период основывалась на классической корреспондентской теории. Как подчеркивает Г.Д. Левин, истина трактовалась как соответствие наших знаний действительности [7]. Однако эта действительность понималась упрощенно: как мир простых систем, где субъект не влияет на результат. С.А. Лебедев, анализируя природу научной истины, связывает это понимание с доминирующей установкой на объективность как на устранение субъективных привнесений [5]. Философским основанием этой установки, как указывает П.П. Гайденко, служила идея тождества мышления и бытия, восходящая к картезианской и ньютоновской традициям [4]. Предполагалось, что разум, очищенный от

«идолов» (в бэконовском смысле), способен дать точную копию реальности. Таким образом, истина в классической науке была организована и рассматривалась как не зависящая от познавательных средств.

Кризис классической парадигмы, вызванный открытием в физике (теория относительности, квантовая механика), биологии (генетика) и формированием кибернетики, привел к становлению неклассического типа рациональности. Как пишет Стёпин, объектами изучения становятся сложные саморегулирующиеся системы [3]. Эти системы характеризуются открытостью, наличием прямых и обратных связей, вероятностной причинностью. Целое здесь уже не сводимо к сумме частей, а свойства элемента определяются его включенностью в систему.

Идеалы и нормы исследования претерпевают радикальные изменения. Объективность знания больше не достигается путем элиминации субъекта. Напротив, как отмечает Стёпин, в процедуры объяснения и описания включается характеристика средств и операций деятельности, с помощью которых выполняются свойства объекта [2]. Принцип дополнительности Бора или соотношение неопределенностей в явном виде фиксируют эту связь. Знаменитая фраза В. Гейзенберга о том, что «наблюдаемое нами – это не сама природа, а природа, какой она выявляется благодаря нашему способу постановки вопросов», становится методологическим кредо эпохи [3].

Понимание истины в неклассической науке трансформируется. Как подчеркивает Д.Л. Родзинский, истина перестает быть «чистым» отражением объекта [6]. Она включает в себя осознание того, что знание об объекте неотделимо от способа его получения. Истинность утверждений зависит от контекста средств и операций. При этом как замечает С.А. Лебедев, такой подход не означает отказа от объективности, а представляет собой её углубление [5]. Истина теперь понимается как знание, адекватное объекту, но полученное при осознании роли субъекта и инструментов познания. Философские основания наук (эпистемологический аспект) включает в себя рефлексию над познавательной деятельностью, что позволяет Г.Д. Левину говорить о смещении акцента с онтологической на гносеологическую проблематику в вопросе об истине [7].

Во второй половине XX – начале XXI века формируется постнеклассический тип рациональности. Как показывает Стёпин, он связан с освоением принципиально нового класса объектов – сложных саморазвивающихся систем [3]. К таким системам относятся биосфера, человекоразмерные комплексы (включающие самого человека), глобальные экологические и социальные системы. Эти системы проходят через фазы неустойчивости (бифуркации), когда спектр возможных путей развития определяется как внутренней структурой, так и внешними воздействия-

ми, включая деятельность человека [1]. В таких системах само человеческое действие интегрируется в объект, изменяя поле его возможных состояний.

Это приводит к новой трансформации идеалов и норм. Постнеклассическая рациональность включает в процедуры объяснения и описания ценностно-целевые структуры деятельности. Как пишет Стёпин, возникает необходимость экспликации связей внутренних ценностей (поиск истины) с вненаучными, общесоциальными и гуманистическими ценностями [2]. Истинное знание о человекообразных системах не может быть получено без учета этических запретов на определение стратегии взаимодействия с ними. Внутренняя этика науки, ориентированная на приращение знания, теперь постоянно соотносится с общегуманистическими принципами.

Понимание истины в постнеклассической науке приобретает ещё более сложный характер. Истина по-прежнему остается целью научного поиска, но сама процедура её достижения предполагает ценностную рефлексю. Как отмечает С.А. Лебедев, научная истина в современном мире все чаще выступает не просто как адекватное отражение, но и как знание, ответственное перед будущим развитием человечества [5]. Г.Д. Левин обращает внимание на то, что рациональность здесь требует учета не только логики объекта, но и логики развития системы, частью которой является сам познающий субъект [7]. П.П. Гайденок, в свою очередь, указывает на то, что философское обоснование таких объектов требует включения в категориальную сетку представлений о времени как о процессе становления нового, что меняет саму онтологию истины, делая её процессуальной и историчной [4].

Проведенный анализ позволяет выявить закономерность в динамике развития науки и изменений понимания истины. Эта закономерность заключается в расширении и углублении рефлексии над познавательной деятельностью.

В классической науке истина понималась как соответствие объекта и знания, взятое в отвлечении от субъекта. В неклассической науке понимание истины была включена рефлексия над средствами и операциями познания, что привело к осознанию зависимости картины мира от метода. Постнеклассическая наука добавила к этому рефлексю над ценностями и целями, показав, что истина о сложных саморазвивающихся системах не может быть отделена от гуманистических ориентиров и ответственности за их изменение.

Перспективы динамики науки связаны с дальнейшим усложнением изучаемых систем, усилением их антропогенной нагрузки и развитием междисциплинарных исследований. Вполне вероятно появление новых

типов научной рациональности, которые будут связаны с необходимостью интеграции различных форм знания и разработкой методов работы с принципиально непредсказуемыми процессами [3]. Понимание истины в таких условиях, вероятно, продолжит эволюционировать от идеала «окончательного отражения» к идеалу «ответственного конструирования» возможных путей развития, сохраняя при этом свою ключевую функцию – обеспечивать достоверное и обоснованное знание о мире, в котором живет человек.

Библиографический список

1. Стёпин, В.С. Классика, неклассика, постнеклассика: критерии различения / В.С. Стёпин // Постнеклассика: философия, наука, культура. – СПб.: Издательский дом «Мирь», 2009. – С. 249–295.
2. Стёпин, В.С. Особенности научного познания и критерии типов научной рациональности / В.С. Стёпин // Вопросы философии, 2013. – № 7. – С. 79–90.
3. Стёпин, В.С. Теоретическое знание / В.С. Стёпин. – Москва: Прогресс-Традиция, 2003. – 744 с.
4. Гайденок, П.П. Научная рациональность и философское знание / П.П. Гайденок // Вопросы философии, 2009. – № 8. – С. 32–45.
5. Лебедев, С.А. Природа научной истины / С.А. Лебедев // Философия науки, 2018. – № 3 (78). – С. 7–44.
6. Родзинский, Д.Л. Рациональность в философии и науке. Происхождение, определение, виды / Д.Л. Родзинский. – М.: Канон+, 2016. – 152 с.
7. Левин, Г.Д. Истинность и рациональность / Г.Д. Левин. – Москва: URSS, 2015. – 176 с.

В.С. Шубина, М.Д. Дмитриев, студ.;
рук. М.В. Максимов, д. филос. н., проф.
(ИГЭУ, г. Иваново)

СЧАСТЬЕ: ФИЛОСОФСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ И ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ БЕССМЕРТНОЙ МЕЧТЫ ЧЕЛОВЕКА

Введение. Вопрос о счастье принадлежит к числу вечных философских вопросов. На протяжении более двух тысячелетий мыслители разных эпох и культур предлагали свои ответы, формируя уникальные «оптики» видения этой бессмертной мечты человека. Как справедливо отмечает А.А. Гусейнов в статье «Счастье» для Новой философской энциклопедии, понятие счастья является одним из ключевых в этике, фиксируя представления о полноте и осмысленности человеческой жизни [1, с. 686–688]. Однако содержание этого понятия исторически изменчиво: от

античного понимания счастья как объективного блага, реализуемого в добродетельной деятельности, до современного восприятия его как субъективного переживания, часто связанного с проблематизацией самой возможности его достижения.

Актуальность обращения к данной теме обусловлена несколькими факторами. Во-первых, в современном мире, где доминируют потребительские установки и культ успеха, понимание счастья часто сводится к набору внешних атрибутов, что требует философской рефлексии и возвращения к глубинным основаниям этого понятия. Во-вторых, кризис традиционных ценностей и смыслов, характерный для эпохи постмодерна, делает необходимым обращение к классической философской традиции, которая предлагала различные, порой противоречивые, но всегда глубокие ответы на вопрос о том, что есть счастье. В-третьих, искусство, как показано в данном исследовании, сохраняет и транслирует эти философские интуиции, делая их доступными для чувственного восприятия и эмоционального переживания.

Цель данной работы – проследит драматическую эволюцию философского осмысления счастья в европейской и русской традиции: от его понимания как высшей цели человеческого бытия до его радикальной проблематизации, а в некоторых концепциях – и полного отрицания. Мы покажем, как это философское напряжение находит свое яркое воплощение в искусстве, где художественный образ становится не просто иллюстрацией идей, но самостоятельной формой постижения и сохранения мечты о счастье. Основой для анализа послужили труды Аристотеля, И. Канта, А. Шопенгауэра, Ф. Ницше, М. Хайдеггера, а также исследовательская литература, посвященная их наследию, включая работы А.А. Гусейнова и Н.В. Мотрошиловой.

Античный фундамент: счастье как эвдемония в философии Аристотеля

Античная философия, прежде всего в лице Аристотеля, заложила фундамент европейского понимания счастья. В «Никомаховой этике» счастье (эвдемония) определяется как высшее благо, «то, к чему все стремятся» [2, кн. I, гл. 1]. Однако Аристотель принципиально отличает свое понимание от вульгарных представлений, отождествляющих счастье с удовольствием, богатством или почестями. Он последовательно разбирает три образа жизни: жизнь, посвященную наслаждениям (удел толпы), жизнь политическую, ориентированную на почести, и жизнь созерцательную. Каждый из этих образов имеет свою трактовку счастья, но ни одна из них не является полной.

Счастье, по мысли Стагирита, – это не мимолетное состояние, а «деятельность души в полноте добродетели» [2, кн. I, гл. 7]. Это определение

содержит несколько ключевых моментов. Во-первых, счастье есть деятельность, а не пассивное обладание. Во-вторых, это деятельность души, то есть осуществление специфически человеческой функции (ergon), отличающей человека от животных и растений. В-третьих, эта деятельность осуществляется в полноте добродетели (arete), то есть в совершенном исполнении своей функции. Аристотель подчеркивает: «одна ласточка не делает весны, так и один день или короткое время не делают человека блаженным и счастливым» [2, кн. I, гл. 7]. Счастье требует не просто добродетельных поступков, но целой жизни, прожитой в соответствии с добродетелью.

Важнейший аспект аристотелевской концепции, подробно анализируемый А.А. Гусейновым в главе «Этика добродетели: Аристотель», заключается в иерархии добродетелей и соответствующей иерархии форм счастья [3, с. 235–261]. Аристотель выделяет два вида добродетелей: этические (добродетели характера, связанные с разумным управлением аффектами) и дианоэтические (добродетели разума). Соответственно, существует два пути к счастью.

Первый путь – это счастье, связанное с практической деятельностью, реализацией этических добродетелей в полисе. Это счастье требует внешних благ, друзей, здоровья, удачи. Оно не самодостаточно, поскольку зависит от обстоятельств, не всегда подвластных человеку. Второй, высший путь — это созерцательная деятельность ума (теория), которая доступна немногим, но именно она дает наиболее полное, самодостаточное и божественное счастье. Аристотель пишет: «деятельность ума, поскольку он созерцателен, отличается постоянством, она, по-видимому, самая приятная из деятельностей... и самодостаточность в ней присутствует в высшей степени» [2, кн. X, гл. 7]. Созерцательное счастье приближает человека к божеству, ибо божество, по Аристотелю, живет именно такой жизнью.

В этой иерархии заложено важное напряжение: практическое счастье зависит от внешних обстоятельств и удачи, тогда как созерцательное счастье, доступное философу, оказывается более устойчивым и близким к божественному блаженству. Однако Аристотель не призывает к полному отказу от практической жизни: человек есть не только ум, но и тело, он живет в обществе, и потому полное счастье требует соединения обоих путей. Этот компромисс между идеалом и реальностью станет одной из центральных проблем последующей философской традиции.

Кантовский переворот:

трагический разрыв добродетели и счастья

Кардинальный перелом в понимании счастья происходит в философии Иммануила Канта. Кант переворачивает античную традицию: сча-

стью перестает быть критерием нравственности. Напротив, добродетель и счастье оказываются в трагическом разрыве, а их соединение образует антиномию практического разума.

В «Критике практического разума» Кант последовательно проводит различие между принципом счастья и принципом морали. Счастье, понимаемое как «удовлетворение всех наших склонностей» [4, с. 121–145], принадлежит к сфере чувственности и не может служить основанием для всеобщего нравственного закона. Если бы человек руководствовался только стремлением к счастью, его поступки были бы гетерономны, то есть определялись внешними причинами (природными склонностями), а не автономной волей, дающей себе закон из самой себя. Моральный же закон, категорический императив, требует поступать так, чтобы максима поступка могла стать всеобщим законом, независимо от того, приводит это к счастью или нет.

Кант вводит различие между легальностью (соответствием поступка долгу) и моральностью (совершением поступка из чувства долга). Человек может соблюдать закон из страха наказания или в надежде на награду – это будет легальность, но не моральность. Подлинно нравственный поступок совершается исключительно из уважения к моральному закону, без какой-либо примеси эгоистических стремлений. С этой точки зрения, стремление к счастью оказывается не просто не связанным с нравственностью, но потенциально ей противоречащим, если оно становится мотивом действия.

Как отмечает Н.В. Мотрошилова в своем исследовании «Понятие высшего блага в философии Канта», кантовское понятие высшего блага возникает именно как попытка соединить то, что оказывается разорванным в земной жизни: добродетель (как условие достойности быть счастливым) и счастье (как необходимое для полноты бытия состояние) [5, с. 162–181]. Кант утверждает, что добродетель должна быть бескорыстной, следовать только долгу, а не стремлению к счастью. Однако человек, будучи не только разумным, но и чувственным существом, не может не желать счастья. Поэтому требование нравственного закона включает в себя стремление к высшему благу, где добродетель и счастье находятся в точной пропорции.

Но это соединение невозможно в пределах земной жизни, поскольку причинная связь между ними не гарантирована. В земном мире нет никакой необходимости в том, чтобы добродетельный был счастлив, а порочный – несчастен. Более того, часто наблюдается обратное. Гармония добродетели и счастья возможна лишь в бесконечной перспективе, что требует постулирования бессмертия души (как условия бесконечного прогресса в добродетели, который может быть завершен только в вечности)

и бытия Бога (как гаранта справедливого распределения счастья в соответствии с добродетелью) [4, с. 360–380].

Так, античный космос, где добродетель естественным образом вела к счастью (через реализацию человеческой природы), сменяется напряжением между склонностью и долгом. Счастье из естественной цели жизни превращается в проблему, требующую для своего решения метафизических постулатов. Эта кантовская установка — утверждение автономии морали и невозможности обосновать нравственность стремлением к счастью — станет отправной точкой для многих последующих философских построений.

Радикальный разрыв:

отрицание счастья в философии А. Шопенгауэра

XIX век приносит радикальный пересмотр классического наследия. Артур Шопенгауэр в работе «Мир как воля и представление» провозглашает тезис, который звучит как приговор традиционным представлениям о счастье: «страдание — сущность бытия» [6, § 56–59]. Метафизическая система Шопенгауэра строится вокруг понятия мировой воли — слепого, иррационального, бесконечно стремящегося начала, которое лежит в основе всего существующего.

Шопенгауэр различает мир как представление (феноменальный мир, данный в ощущениях и упорядоченный априорными формами пространства, времени и причинности) и мир как волю (ноуменальную сущность, скрытую за представлениями). Человек, как высшее проявление этой воли, обречен на постоянное неудовлетворение: воля всегда стремится к чему-то, но достижение цели приносит лишь кратковременное пресыщение, за которым немедленно следует скука или новое желание. Шопенгауэр описывает этот механизм с беспощадной ясностью: «Всякое хотение возникает из потребности, следовательно, из недостатка, следовательно, из страдания... Хотение, удовлетворенное целью, уничтожает ее, но на ее место тотчас возникает новое хотение... Если же, наконец, случайно не остается никаких желаний, то ужас скуки заполняет пустоту» [6, с. 350].

Счастье, по Шопенгауэру, — это не позитивная ценность, а лишь временное отсутствие страдания. Любое положительное переживание удовольствия — это лишь отрицание уже существующего страдания. В § 58 первого тома философ развивает эту мысль: «То, что мы называем счастьем, в строгом смысле слова всегда только негативно, а не позитивно... Вся наша жизнь колеблется между страданием и скукой» [6, с. 348–350]. Таким образом, жизнь человека метается между страданием (от неудовлетворенного желания) и скукой (от пресыщения). Мечта о счастье в

этой системе оказывается главной иллюзией, которую создает для нас мировая воля, чтобы поддерживать процесс жизни.

Путь к освобождению, по Шопенгауэру, лежит через отрицание воли к жизни. Этот путь имеет несколько ступеней. Первая – эстетическое созерцание, когда в искусстве человек на время вырывается из служения воле и становится «чистым безвольным субъектом познания» [6, § 38]. В момент эстетического созерцания, особенно в музыке, которая, по Шопенгауэру, является прямым выражением самой воли, человек перестает быть инструментом воли и становится незаинтересованным наблюдателем. Это дает временное облегчение от страданий.

Высшая ступень – аскетическое самоотречение, полное подавление воли, достигаемое через сознательное воздержание, самоограничение и, в конечном счете, через признание тождества собственной воли с волей всего мира, что порождает сострадание. В § 71 философ описывает это состояние: «Мы... добровольно признаем, что то, что остается после совершенного уничтожения воли, для всех, кто еще полон воли, есть, конечно, ничто. Но и наоборот, для тех, у кого воля обратилась и отреклась от себя, этот наш столь реальный мир со всеми его солнцами и млечными путями – есть ничто» [6, с. 450]. В этой перспективе традиционное понимание счастья полностью утрачивает смысл.

«Переоценка всех ценностей»: счастье как воля к власти у Ф. Ницше

Фридрих Ницше, ученик и яростный критик Шопенгауэра, предлагает диаметрально противоположное решение. Вместо отрицания воли к жизни – ее утверждение, вместо пессимизма – «трагический оптимизм», вместо сострадания – «волю к власти». В работе «Так говорил Заратустра» Ницше создает поэтико-философский образ сверхчеловека, для которого счастье – это не покой и блаженство, а динамика самоутверждения и творчества.

В первой части книги, в разделе «О трех превращениях», Ницше описывает путь духа, который проходит три стадии: верблюд, лев, ребенок. Верблюд – это стадия послушания и принятия груза традиционных ценностей: «Что тяжело? – так вопрошает дух выносливый, преклоняющий колени, подобно верблюду, и желает, чтобы его хорошенько навьючили» [7, ч. I, с. 25]. Лев – это стадия отрицания, борьбы за свободу: лев сражается с драконом «ты должен», чтобы создать себе пространство для нового. Но лев еще не может творить новые ценности – это становится возможным только на третьей стадии: ребенок – это «невинность и забвение, новое начало, игра, самокатящееся колесо, начальное движение, святое слово «да»» [7, ч. I, с. 27–28]. Счастье сверхчеловека – это не состояние, а

процесс постоянного самопреодоления, способность говорить «да» жизни во всей ее полноте.

В разделе «О пути созидającego» Заратустра провозглашает: «Счастье бегства и счастье радостной надежды! Но быстрее всех страданий убегает от меня мое собственное счастье» [7, ч. II, с. 80]. Это счастье неуловимо, оно требует от человека мужества принять свою судьбу и сказать ей «да» – *amor fati*. Ницше противопоставляет свое понимание счастья традиционному, связанному с покоем и удовлетворенностью: настоящее счастье требует риска, борьбы, творчества.

Ключевым является понимание счастья как формы утверждения жизни в ее трагической полноте. В четвертой части, в «Песне опьянения», Ницше создает образ высшего счастья как «танцующего» бытия, где страдание и радость не противопоставляются, а образуют единство: «Ведь радость и страдание – брат и сестра, вместе выросшие на одном дереве» [7, ч. IV, с. 210–220]. Эта интуиция восходит к древнегреческой трагедии, где экстаз и страдание, восторг и гибель переплетены неразрывно. Счастье здесь – это способность вместить в себя трагическое мироощущение и преодолеть его не через отрицание, а через утверждение. В отличие от Шопенгауэра, который видел в страдании свидетельство бессмысленности воли, Ницше видит в нем необходимое условие роста, творчества и самопреодоления.

Экзистенциальный поворот:

М. Хайдеггер о подлинности и конечности

Мартин Хайдеггер в своем фундаментальном труде «Бытие и время» осуществляет радикальный поворот в философии XX века, смещая фокус с вопроса о счастье на вопрос о смысле бытия. В этой перспективе счастье как устойчивое, гарантированное состояние становится невозможным в силу фундаментальной структуры человеческого существования – *Dasein*, которое всегда есть бытие-в-мире и бытие-к-смерти.

Хайдеггер начинает с анализа повседневности, где *Dasein* погружено в «*das Man*» (безличное, усредненное существование). *Das Man* – это некая-то конкретная группа людей, а структура самого существования, которая диктует, как нужно жить, что считать правильным, что – счастьем. В этом состоянии человек живет так, как живут «все», избегает экзистенциальных решений и успокаивает себя иллюзией стабильности и доступности всего. В § 35–38 «Бытия и времени» Хайдеггер показывает, что *Dasein* уклоняется от подлинного существования, погружаясь в «толки», «любопытство» и «двусмысленность» [8, с. 165–185]. В этой неподлинной повседневности, вероятно, и локализуется то, что обычно называют «счастьем» – комфортное, усредненное состояние, лишенное экзистенциального напряжения и подлинности.

Прорыв к подлинному существованию происходит через фундаментальное настроение ужаса (Angst). Ужас, в отличие от страха перед конкретной угрозой, обнаруживает саму возможность бытия-в-мире как такового. Ужасу нечего бояться – он «размыкает» Dasein перед лицом его собственной конечности и свободы. В § 40 Хайдеггер пишет: «Ужас ставит Dasein перед его собственной заброшенностью в мир» [8, с. 185–190]. В ужасе рушатся привычные структуры повседневности, и Dasein оказывается лицом к лицу со своей смертью, которая есть самая собственная, неотъемлемая и неопределимая возможность Dasein. Именно в этом экзистенциальном опыте становится возможна подлинная жизнь – жизнь, которая не уклоняется от своей временности, а принимает ее как свое собственное основание.

В заключительном разделе о временности и историчности (§ 72–76) Хайдеггер показывает, что подлинное существование возможно только на основе решимости (Entschlossenheit) – готовности выбрать себя, принять свою конечность и действовать в соответствии с этим [8, с. 325–350]. С этой точки зрения, вопрос о счастье теряет свой традиционный смысл. Его место занимает вопрос о подлинности: живет ли человек своей собственной, уникальной жизнью, или же он растворяется в безличном существовании das Man. «Бессмертная мечта» о счастье в этой системе координат может быть понята как стремление к подлинности, к бытию-собой, которое всегда является проектом, требующим мужества и осознания своей временности.

Русская философия о счастье: между соборностью и экзистенцией

Русская философская традиция, представленная в исследовательской литературе (в частности, в сборнике «Сократ. Специальный выпуск «Счастье»» [9]), предлагает свой, особый взгляд на проблему счастья, который существенно отличается как от античной эвдемонии, так и от западноевропейских концепций.

Одной из ключевых особенностей русской философии является понимание счастья не как индивидуального блага, а как соборного, общинного достижения. В славянофильской традиции, идущей от А.С. Хомякова и И.В. Киреевского, счастье понимается не как личное благополучие, а как причастность к общему делу, к «соборному единству». Счастье отдельного человека невозможно вне счастья всего народа, вне духовного единства, основанного на православии и общинных ценностях.

В.С. Соловьев развивает идею всеединства, где счастье понимается как участие в богочеловеческом процессе. Для Соловьева подлинное счастье невозможно в рамках отдельной цивилизации или национального государства; оно требует объединения всего человечества в духовном

единстве. В этом смысле русская философия преодолевает индивидуалистическое понимание счастья, характерное для западной традиции, и приближается к античному пониманию счастья как реализации сущности, но с существенной поправкой: эта сущность понимается не как природная (как у Аристотеля), а как духовная и соборная.

Н.А. Бердяев утверждал, что счастье не может быть достигнуто через изоляцию или национальное самодовольство. Оно требует творчества, свободы и выхода за пределы земного мира к миру духовному. В этом смысле бердяевская трактовка счастья близка экзистенциалистской традиции: счастье – это не достигнутое состояние, а творческий акт, прорыв к подлинности.

Таким образом, русская философия вносит важный вклад в осмысление счастья, подчеркивая его духовное, соборное и творческое измерение, что перекликается как с античной традицией (понимание счастья как реализации сущности), так и с экзистенциализмом (понимание счастья как подлинности и творчества).

Художественное воплощение:

как искусство сохраняет бессмертную мечту

Философский анализ, представленный в работах А.А. Гусейнова, показывает, что счастье из этической категории превращается в сложную проблему, связанную с пониманием смысла жизни [1]. Если философия демонстрирует нам трагический путь от античной гармонии к кантовскому разрыву, от шопенгауэровского отрицания к ницшеанской переоценке и хайдеггеровской экзистенциальной тревоге, то искусство становится тем пространством, где эта драма не просто описывается, но и проживается чувственно.

В литературе XIX–XX веков мы находим многообразные художественные воплощения философских концепций счастья. У Ф.М. Достоевского счастье часто предстает как невозможное или трагическое. В романе «Идиот» князь Мышкин, воплощающий христианское сострадание и добродетель, оказывается трагически неспособен к земному счастью, подтверждая кантовский тезис о невозможности совместить высшую добродетель и эмпирическое благополучие. В «Братьях Карамазовых» Алеша, идущий путем духовного служения, также отказывается от мирского счастья, но обретает иное – более глубокое – блаженство в вере и любви. Достоевский показывает, что в русской традиции счастье часто понимается не как благополучие, а как правда, и за эту правду приходится платить страданием.

Л.Н. Толстой в романе «Анна Каренина» исследует конфликт между индивидуальным стремлением к счастью (Анна) и социальными нормами, а также между пониманием счастья как личного благополучия и как

служения другим (Левин). Левин приходит к выводу, что счастье заключается не в достижении поставленных целей, а в самом процессе жизни, в «чувстве добра», которое не зависит от внешних обстоятельств. Это толстовское понимание счастья переключается с аристотелевской эвдемонии как деятельностью добродетельной души.

В западной литературе XX века мы находим мощные репрезентации шопенгауэровского пессимизма. Ф. Кафка в «Процессе» и «Замке» показывает человеческое существование как абсурдную погоню за недостижимым, где счастье остается вечно ускользающей целью. А. Камю в «Мифе о Сизифе» развивает идею абсурда и предлагает «бунт» как форму существования, где счастье возможно именно в осознании абсурда и в бунте против него: «нужно представлять Сизифа счастливым».

В живописи тема счастья также находит разнообразное выражение. В эпоху Возрождения (Рафаэль, Леонардо да Винчи) счастье изображается как гармония человека и мира, божественная благодать. В искусстве романтизма (К.Д. Фридрих, У. Тернер) счастье часто связано с возвышенным, с единением с природой, но одновременно несет в себе оттенок трагического одиночества. В импрессионизме (О. Ренуар, К. Моне) счастье предстает как радость повседневного существования, мимолетное впечатление, «мгновение, остановленное на холсте».

В музыке счастье находит наиболее непосредственное выражение. Л. ван Бетховен в Девятой симфонии с ее финальной «Одой к радости» на слова Ф. Шиллера создает гимн всечеловеческому счастью, единению, которое достигается через преодоление страдания. В музыке П.И. Чайковского, особенно в его поздних симфониях, счастье часто предстает как недостижимый идеал, трагически прерываемый судьбой. В джазе (Л. Армстронг, «What a Wonderful World») счастье звучит как простое, почти наивное принятие мира, что переключается с ницшеанским «святым словом «да»».

В кинематографе тема счастья также занимает центральное место. Ф. Феллини в «Амаркорде» показывает счастье как память, ностальгию, умение видеть волшебное в обыденном. А. Тарковский в «Ностальгии» и «Зеркале» исследует счастье как связь с домом, с детством, с духовными корнями, которые невозможно обрести в эмиграции или отчуждении. Современное кино часто изображает счастье как потребительский идеал, демонстрируя его пустоту и недостижимость.

Искусство, таким образом, выполняет двойную функцию: с одной стороны, оно честно фиксирует трагическое напряжение, обнаруженное философией; с другой – сохраняет саму мечту о счастье, не давая ей угаснуть в потоке исторического разочарования.

Заключение

Проведенный анализ позволяет утверждать, что философское осмысление счастья в европейской и русской традиции прошло сложный и драматический путь. От античной эвдемонии, понимаемой как деятельность добродетельной души и высшее благо человека (Аристотель), через кантовский переворот, разорвавший добродетель и счастье и превративший их гармонию в трансцендентную проблему, к радикальной критике самого понятия счастья в философии А. Шопенгауэра, объявившего его иллюзией. Ф. Ницше предложил «переоценку всех ценностей», связав счастье не с покоем, а с динамикой воли к власти и утверждением трагического мироощущения. М. Хайдеггер сместил фокус с вопроса о счастье на более фундаментальную проблему подлинности существования перед лицом конечности, показав, что традиционное понимание счастья часто является формой бегства от экзистенциальных вызовов. Русская философская традиция внесла важный вклад, подчеркнув соборное, духовное и творческое измерение счастья, что отличает ее как от западного индивидуализма, так и от античного космологизма.

Этот путь демонстрирует глубокую трансформацию европейского сознания, утратившего веру в возможность простой и ясной гармонии, характерной для античного космоса. Однако именно в этом драматическом напряжении рождается уникальная роль искусства. Оно становится пространством, где «бессмертная мечта человека» о счастье не исчезает, а трансформируется, обретая новую, более сложную форму. В художественном творчестве фиксируется сам процесс вечного искания, который, возможно, и является единственной доступной человеку формой причастности к счастью – как к горизонту, который отступает по мере нашего приближения, но без которого само движение человеческого духа было бы невозможно. Искусство, в отличие от философии, не дает окончательных ответов, но оно сохраняет саму способность желать, надеяться и стремиться — то есть сохраняет ту «бессмертную мечту», которая делает человека человеком.

Библиографический список

1. Гусейнов, А. А. Счастье / А. А. Гусейнов // Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; предс. научно-ред. совета В.С. Степин. – 2-е изд., испр. и допол. – Москва: Мысль, 2010. – Т. 3. – С. 686–688. – URL: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH985c292099c0486b945098> (дата обращения: 22.03.2026).
2. Аристотель. Никомахова этика / Аристотель; пер. с древнегреческого Н.В. Брагинской // Сочинения: в 4 т. / Аристотель. – Москва: Мысль, 1983. – Т. 4. – С. 53–294.
3. Гусейнов, А. А. Этика добродетели: Аристотель / А. А. Гусейнов // Этика: учебник / А. А. Гусейнов, Р. Г. Апресян. – Москва: Гардарики, 2000. – С. 235–261.

4. Кант, И. Критика практического разума / И. Кант; пер. с нем. Н.М. Соколова // Сочинения: в 8 т. / И. Кант. – Москва: Чоро, 1994. – Т. 4. – 482 с.
5. Мотрошилова, Н. В. Понятие высшего блага в философии Канта / Н.В. Мотрошилова // Историко-философский ежегодник '99 / Ин-т философии РАН. – Москва: Наука, 2001. – С. 162–181.
6. Шопенгауэр, А. Мир как воля и представление / А. Шопенгауэр; пер. с нем. Ю.И. Айзенвальда. – Москва: Наука, 1993. – 672 с.
7. Ницше, Ф. Так говорил Заратустра: Книга для всех и ни для кого / Ф. Ницше; пер. с нем. Ю. И. Антоновского // Сочинения: в 2 т. / Ф. Ницше. – Москва: Мысль, 1990. – Т. 2. – С. 5–237.
8. Хайдеггер, М. Бытие и время / М. Хайдеггер; пер. с нем. В.В. Бибихина. – Москва: Ad Marginem, 1997. – 452 с.
9. Сократ. Специальный выпуск «Счастье» / под ред. А. А. Иванова. – Москва: [б. и.], 2012. – 142 с.

СЕКЦИЯ 4

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИЗУЧЕНИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ ФРАНКОЯЗЫЧНЫХ СТРАН

Председатель – ст. преп. каф. РиИЯ Гудкова Е.А.

Секретарь – ст. преп. Лещева А.С.

*А.И. Князев, студ.; рук. Е.А. Гудкова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА

Актуальность темы изучения иностранных языков с помощью искусственного интеллекта обусловлена быстрым развитием технологий и все более широким внедрением их в образовательный процесс. Современные нейросетевые модели создают интерактивные платформы, автоматические переводчики, персонализированные тренажеры и интеллектуальные ассистенты, что значительно повышает эффективность обучения, делает его более доступным и гибким.

В ходе исследования мною были рассмотрены и проанализированы нейросети искусственного интеллекта, помогающие изучению французского языка, вот Топ-7 лучших нейросетей:

ChatGPT 5 - Обладает самым человечным голосовым движком для полноценной разговорной практики без стеснения. Идеально имитирует эмоции и акценты, помогая преодолеть языковой барьер в режиме реального диалога. Минусы: самые мощные функции (Voice и Thinking mode) доступны преимущественно в платной подписке, чрезмерная вежливость: иногда приходится заставлять его быть строже и активнее исправлять мелкие ошибки.

DeepSeek V3.2 - Использует специальный «режим мышления», чтобы пошагово объяснять логику построения самых запутанных грамматических правил. Это лучший выбор для тех, кто хочет досконально понимать структуру французского языка, а не просто зазубривать фразы. Он идеально справляется с французскими временами, объясняя их с математи-

ческой точностью. Минусы: голосовой движок более «роботизированный» (хотя в 2025-м ситуация улучшилась), меньше творческой свободы в ролевых играх и «живом» разговоре.

Perplexity - Работает как умный поисковик, который находит примеры употребления слов в актуальных мировых новостях. Моментально создает проверочные тесты и флеш-карточки на основе найденной информации. Минусы: не подходит для длительных разговорных сессий.

AI-Наставник (Study AI) - Специализированный сервис, который подстраивается под школьную или университетскую программу и помогает разбирать домашние задания. Умеет объяснять сложные темы простым языком и готовит к сдаче государственных экзаменов. Минусы: меньше возможностей для практики свободного общения, чем у ChatGPT или Grok.

Gemini 3 Pro - Умеет анализировать видео и объяснять контекст любой сцены или сложного термина. Благодаря камере смартфона превращает объекты вокруг вас в интерактивные карточки для изучения слов. Гигантское окно контекста: можно загрузить 1000-страничный учебник и задавать по нему вопросы. Минусы: стиль общения может казаться более формальным и «сухим».

Искусственный интеллект и нейросети, безусловно, являются мощными инструментами для изучения иностранных языков, однако, у них есть свои возможные минусы и ограничения, которые могут мешать процессу обучения:

1. Зависимость и снижение самостоятельности: постоянное использование ИИ может привести к тому, что человек перестанет развивать собственные навыки самостоятельного мышления и поиска решений, полагаясь исключительно на автоматические подсказки.

2. Отсутствие живого общения: нейросети не могут полностью заменить реальные разговоры с носителями языка.

3. Потеря мотивации и интереса: чрезмерное использование автоматизированных методов может сделать обучение менее живым и интересным, снизить желание практиковать язык в реальных ситуациях.

4. Проблемы с аутентичностью и культурным контекстом: ИИ не всегда способен передать культурные особенности, идиомы и нюансы, что важно для полноценного владения языком и понимания его носителей.

Таким образом, изучение французского языка с помощью искусственного интеллекта и нейросетей остается актуальным и очень перспективным направлением. Современные технологии предоставляют множество преимуществ, которые делают процесс обучения более доступным, гибким и эффективным. Благодаря искусственному интеллекту можно

учиться в любое удобное время и в любой точке мира, что особенно важно при ограничениях на посещение языковых школ или встреч с преподавателями. Такие системы способны подстраиваться под уровень и потребности каждого ученика, предлагая персонализированные задания, упражнения и рекомендации. Также использование аудио, видео, интерактивных игр и различных упражнений делает обучение интересным и разнообразным. Однако важно помнить, что полностью заменить живое общение и культурный аспект современные технологии пока не могут, а чрезмерная зависимость от искусственного интеллекта может снизить мотивацию к практике в реальных ситуациях. В целом, изучение языка через ИИ и нейросети является актуальным и очень полезным инструментом, особенно если сочетать его с живым общением и практикой в реальной жизни.

Библиографический список

1. ChatGPT для французского языка: Как учить язык с ИИ и не бросить через неделю? [Электронный ресурс] – URL:[https://tenchat.ru/media/5069384-chatgpt-dlya-frantsuzskogo-yazyka-kak-uchit-yazyk-s-ii-i-ne-brosit-через-nedelyu](https://tenchat.ru/media/5069384-chatgpt-dlya-frantsuzskogo-yazyka-kak-uchit-yazyk-s-ii-i-ne-brosit-cherез-nedelyu) (Дата обращения 02.04.26).
2. Как ИИ меняет изучение иностранного языка и что остаётся преподавателям-людям [Электронный ресурс] – URL:<https://skillbox.ru/media/education/kak-ii-menyat-izuchenie-inostrannogo-yazyka-i-что-остаetsya-prepodavatel'ям-lyudyam/> (Дата обращения 02.04.26).
3. Искусственный интеллект в образовании: перспективы и примеры использования [Электронный ресурс] – URL: <https://media.foxford.ru/articles/neyroseti-v-obrazovanii> (Дата обращения 02.04.26).

*С.Е. Коровин, студ.; рук. Е.А. Гудкова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ФРАНЦУЗСКИЕ АББРЕВИАТУРЫ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ. КАК ПРАВИЛЬНО РАСШИФРОВАТЬ И ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Тенденция к созданию и использованию сокращённых лексических единиц проявляется во многих языках. Во французской научно-технической литературе также наблюдается высокая концентрация аббревиатур.

Целью данной работы выявить закономерности и сформулировать практические рекомендации по корректной расшифровке, единообразному использованию и адаптации аббревиатур в письменной профессио-

нальной коммуникации для предотвращения смысловых потерь и коммуникативных сбоев.

Актуальность работы обусловлена тем, что понимание структуры аббревиатур, принципов их формирования и особенностей декодирования способствует обмену знаниями и опытом между профессионалами, экспертами, языковыми сообществами.

Под «аббревиацией» мы понимаем «способ создания номинаций для тех понятий и реалий, которые были первоначально обозначены описательно, с помощью атрибутивных словосочетаний», а под «аббревиатурой», собственно, сам результат этого процесса [1].

Существует несколько причин широкого употребления аббревиатур в технической литературе:

Сокращение многокомпонентных технических терминов до аббревиатур позволяет экономить место при составлении текстов.

В текстах, где одни и те же термины появляются множество раз, использование аббревиатур позволяет избежать повторов и сделать текст более лаконичным и читабельным.

Аббревиатуры становятся результатом стандартизации и унификации терминологии, что придает «зашифрованному» термину признак монореферентности и облегчает обмен информацией участниками профессиональной коммуникации [2].

Одним из самых распространённых способов перевода французских аббревиатур на русский язык является экспликация или описательный перевод. Этот способ удобен тем, что можно наиболее корректно и точно передать иноязычную аббревиатуру, которая не имеет эквивалентной аббревиатуры в языке перевода. В качестве примеров можно привести следующие аббревиатуры [3]:

L.C.I.E. – (Laboratoire central des industries électriques) – Центральная лаборатория электротехнической промышленности;

L.S.A. – (Laboratoire de synthèse atomique) – Лаборатория ядерного синтеза.

Описательный перевод также характерен для исконно французских аббревиатур: названий французских промышленных компаний, объединений, центров. Такие названия могут быть переданы на русский язык с помощью транскрипции [3]:

CeFeM – (Compagnie française de methane) – Французская компания по производству метана;

C.E.R.C.N.A.R. – (Centre d'études et recherches des charbonnages de France) – Научно-исследовательский центр французской угольной промышленности.

В ходе анализа перевода французских сокращений и аббревиатур были обнаружены аббревиатуры, при передаче которых было использовано два способа перевода (описательный перевод в сочетании с транскрипцией) [3]:

D.E.T.N. – (Direction des études et techniques nouvelles du Gaz de France) – Управление исследований и новой техники «Газ де Франс»;

G.M.F. – (General Motors de France) – Французский филиал компании «Дженерал моторс».

Перевод французских аббревиатур с помощью создания нового русскоязычного сокращения встречается редко [3]:

CAR – (calculatrice arithmétique) – ЦВМ – (цифровая вычислительная машина);

P.A.G. – (protection antigaz) – ПХЗ – (противохимическая защита).

В результате проведенного исследования, мы можем сделать вывод о том, что перевод научно-технических аббревиатур требует от переводчика дополнительных знаний и определенных навыков. В большинстве случаев при переводе необходимо руководствоваться словарным соответствием и переводческой традицией. Было выявлено, что наиболее активно используется метод описательного перевода, так как данный способ обеспечивает более гармоничную передачу аббревиатуры на русский язык в условиях отсутствия эквивалента.

Библиографический список

1. Будагов Р. А. Введение в науку о языке. М.: Издательство ИКАР, 1965.
2. Попова Л.Г., Коваленко Д.В. Структурная классификация аббревиатур французских и русских терминов предметной области «космические искусственные спутники» (на материале научно-профессиональной литературы)/ Л.Г. Попова, Коваленко Д.В. // Научный журнал «Современные лингвистические и методико-дидактические исследования». – 2024. – Вып. 2 (62). – С.41-50.
3. Когут В. Большой словарь сокращений в современном французском языке. М.: Издательство ИКАР, 2008.

*А.Э. Королев, студ.; рук. Е.А. Гудкова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВЛИЯНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА АКТУАЛЬНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА

В наше время технологии развиваются так быстро, что ещё вчера фантастические идеи сегодня становятся реальностью. Искусственный ин-

теллект уже умеет писать тексты, сочинять музыку и даже вести осмысленные диалоги. Неудивительно, что он проник и в сферу изучения иностранных языков.

Вопрос о необходимости изучения французского языка в эпоху развития нейросетей не имеет однозначного ответа. С одной стороны, технологии значительно упростили перевод текстов и устную речь, сделав его быстрым и доступным. С другой стороны, изучение языка остаётся ценным не только из-за технических возможностей, но и по ряду других причин.

Многие традиционные мотивы для изучения языков действительно теряют свою актуальность. Раньше говорили, что машинный перевод неточен, но современные нейрорешения генерируют тексты, которые порой неотличимы от работы профессионального переводчика [1].

Преимущества нейросетей для перевода очевидны:

- Скорость и доступность. Сервисы искусственного интеллекта обрабатывают текст или речь мгновенно, не требуют длительного времени на подготовку.

- Разнообразие инструментов. Большинство приложения позволяют переводить между множеством языков, включая французский.

- Постоянное совершенствование алгоритмов. Технологии регулярно обновляются на основе новых данных.

Однако стоит отметить и проблемы, с которыми сервисы искусственного интеллекта пока справиться не могут:

- Не видит невербальных сигналов: жестов, мимики, интонации.
- Фразы, приемлемые в одной культуре, могут оказаться оскорбительными в другой, а алгоритм этого не распознает.
- Передача чувствительной деловой информации через сторонние приложения может создавать угрозу утечки данных.
- Машина не может отклониться от шаблона для творческого или нестандартного решения языковой задачи [2].

Нейросети — полезный инструмент для быстрого перевода, но они не заменяют глубокого изучения языка. Изучение французского языка может быть полезно для развития когнитивных способностей, карьерного роста и более глубокого понимания культуры. При этом нейросети можно и нужно использовать как вспомогательный инструмент для тренировки отдельных навыков (например, проверки текстов или составления упражнений). Знание языка сегодня перестало быть просто навыком, а стало преимуществом, которое развивает гибкость ума и помогает строить прочные отношения. Успех не в выборе между технологией и знанием, а в умении объединить их для достижения результата.

Библиографический список

1. Языки и ИИ: обрести «вторую душу», а не просто перевод [Электронный ресурс]URL:<https://erosheve.ru/blog/izuchenie-yazykov/ai-lang-soul-not-trans/>(Дата обращения: 02.04.26).

2. Нужно ли учить иностранные языки в эпоху ИИ [Электронный ресурс]URL:<https://blog.rt.ru/b2c/nuzhno-li-uchit-inostrannye-yazyki-v-epohu-ii.htm> (Дата обращения: 02.04.26).

*А.М. Лавров, студ.; рук. Е.А. Гудкова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ФРАНЦУЗСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Изучение франкоязычных терминологических заимствований является актуальным в связи с увеличением количества сфер использования специальной иноязычной терминологии и, следовательно, количества заимствованных терминов. Заимствование иноязычных слов – один из универсальных способов пополнения лексики в современном русском языке, в том числе в языке науки. Следует отметить, что терминологический материал, составляющий язык российской науки, носит яркий интернациональный характер: десятки и сотни научных терминов «заимствовались, другие переводились, третьи калькировались» [1].

Целью работы является поиск примеров и обобщение особенностей французских заимствований, использующихся в научно-технической литературе.

Понятия и термины французского происхождения можно разделить на следующие группы:

1. Термины, обозначающие предметы: мотор (фр. le moteur), деталь (от фр. le détail), калорифер (фр. le calorifère).

2. Термины, обозначающие процессы: реакция (фр. réaction), монтаж (фр. montage), пастеризация (фр. pasteurisation).

3. Термины, обозначающие признаки и свойства: дискретный (фр. discret), нивальный (фр. nival).

4. Термины, обозначающие действия: изолировать (фр. isoler), командовать (фр. commander), копировать (фр. copier).

5. Эпонимные термины: ампер (фр. Ampère), кулон (фр. Coulomb), паскаль (фр. Pascal).

В процессе ассимиляции французские термины претерпевают изменения на фонетическом, морфологическом и семантическом уровнях. Иноязычное слово подвергается также грамматическому и словообразовательному переоформлению. Это связано с существенными структурными различиями русского и французского языков.

К специфическим признакам французских заимствований можно отнести:

- начальная а или э: (абразив, амбразура, элевон, эпор);
- префиксы ин-, де-, ре-: (демонтаж, инвариант, рефракция);
- партикулы аван-, арьер-, контр-, нон-: (авангард, арьергард, контр-маневр, нонкомбатант);
- буквосочетания уа, юа, фл, гл, ль: (аттенюатор, флюид, вольтаж);
- конечные сочетания -аль, -ель, -ер, -ор, -он, -анс, -ант, -аж, -яж: (франтирер, инжектор, лонжерон, литраж, камуфляж, резонанс);
- конечные гласные ю, и, о, е: (ассюре, гало, пике, шасси) и др.

Многие из этих слов имеют латинские или греческие корни. Однако русский язык часто заимствовал их не напрямую из античных языков, а через посредство французского, который в XIX - начале XX века был языком международной науки и культуры.

Библиографический список

1. Андрианова Н.С., Кузьмина Е.К. Морфологическая и словообразовательная адаптация заимствованных имен прилагательных и глаголов научно-технической терминологии русского языка [Электронный ресурс] –URL: www.gramota.net/materials/2/2017/4-2/15.html (Дата обращения: 02.04.26).

2. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. М.: Прогресс, 1986. https://archive.org/details/3_20210824_20210824_1803

3. Военная и научно-техническая терминология французского происхождения в современном русском языке [Электронный ресурс] –URL: <https://pandia.org/text/78/328/63624.php> (Дата обращения: 02.04.26).

*С.С. Соловьев, студ.; рук. Е.А. Гудкова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ФРАНЦУЗСКИЕ ИДИОМЫ И МЕТАФОРЫ В НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Во французском научно-техническом языке метафоры и идиомы часто используются для образного описания сложных понятий, процессов и объектов. Они помогают упростить восприятие специализированной информации, опираясь на аналогии с повседневным опытом.

Целью работы является поиск примеров и обобщение особенностей французских идиом и метафор, использующихся в научно-технической литературе.

Многие термины в научно-технической сфере образованы путём метафорического переноса. Часто детали механизмов получают названия частей тела человека: *veine conique* — рабочая часть трубы (вена); *col de tuyère* — сечение сопла (горло); *piéd curviligne* — криволинейная стойка (нога) и т.д.

Также встречаются метафоры, связанные с бытовыми предметами или действиями. Например, *enveloppe de moteur* (корпус двигателя) образовано от слова *enveloppe* (конверт).

Отдельная группа — буквенные метафоры, где сходство определяется графическим очертанием букв алфавита. Пример: *raidisseur en Oméga* — элемент жёсткости Ω -образной формы.

Особенности использования заключаются в том, что большинство метафор в научно-технических текстах связаны с физическими объектами или состояниями. Они относятся к онтологическим метафорам, которые отражают сущностные понятия, связанные с опытом человека. Такие метафоры часто становятся «стёртыми», то есть привычными и общепринятыми, и их фигуральный смысл может уже не ощущаться. Метафоризация чаще всего затрагивает слова, обозначающие наиболее известные понятия и предметы из ближайшего окружения человека.

Библиографический список

1. Краснянская, Т. И. Лексические особенности образных выражений в научно-технической литературе по авиации (на материале английского и французского языков) / Т. И. Краснянская // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2022. — Т. 13. — № 2. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/13FLSK222.pdf> (Дата обращения: 02.04.26).
2. Коржавин А.В. Словарь-справочник французской технической терминологии / А.В. Коржавин, И.М. Полякова. — М.: Астрель: АСТ, 2003. — 655 с.
3. *Grand dictionnaire terminologique (version informatisée)* [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.granddictionnaire.com> (Дата обращения 02.04.26).

ФРАНЦУЗСКИЕ НЕОЛОГИЗМЫ В ОБЛАСТИ ЭНЕРГЕТИКИ, ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И РОБОТОТЕХНИКИ

Новые термины (неологизмы) в областях энергетики, искусственного интеллекта (ИИ) и робототехники возникают в ответ на технологические прорывы — они нужны, чтобы точно обозначать инновационные процессы и объекты.

Целью работы является исследование основных способов пополнения технической терминологии во французском языке.

Формирование неологизмов происходит за счёт нескольких лингвистических механизмов:

1. Заимствования (чаще из английского языка): smart grid (англ.) → le smart grid (фр.) - умные сети; chatbot (англ.) → le chatbot (фр.) - чат-бот.

2. Словообразование — создание новых слов с помощью префиксов и суффиксов: informatic (англ.) → l'informatique (фр.) – информатика.

3. Калькирование — дословный или структурный перевод иноязычных терминов: virtual power plant (англ.) → la centrale électrique virtuelle (фр.) - виртуальная электростанция.

4. Аббревиация — сокращение сложных терминов до инициальных аббревиатур или акронимов: le système de contrôle de processus automatisé (APCS) - автоматизированные системы управления технологическими процессами (АСУТП).

Образование сложных слов и устойчивых словосочетаний: digital twin (англ.) → le jumeau numérique (фр.) - цифровой двойник (виртуальная модель физического объекта); algorithmic management (англ.) → la gestion algorithmique (фр.) - алгоритмический менеджмент (система управления, где часть функций выполняют алгоритмы или ИИ).

У неологизмов в этих сферах есть ряд характерных особенностей:

– Связь с технологическими изменениями. Термины фиксируют внедрение цифровых технологий и автоматизации, переход к распределённым энергосистемам, развитие машинного обучения и робототехники. Например, появление концепции «умных сетей» отражает эволюцию электроэнергетической инфраструктуры.

– Междисциплинарность. Многие понятия заимствуются из смежных областей. Так, термин «стресс-тест» пришёл из финансов в атомную энергетику после аварии на Фукусиме — он стал обозначать проверку устойчивости энергообъектов к экстремальным воздействиям.

– Потребность в стандартизации. В профессиональном сообществе регулярно ведутся дискуссии о точных определениях и корректных переводах новых терминов. Это критически важно для эффективной международной коммуникации и унификации отраслевых стандартов.

Развитие французской технической терминологии – это сложный и динамичный процесс, обусловленный множеством факторов, включая научно-технический прогресс, глобализацию и языковую политику.

Библиографический список

1. Использование искусственного интеллекта в энергетике: технологии и перспективы [Электронный ресурс] –URL: <https://tmr-power.com/stati/ispolsovanie-ai-v-energetike> (Дата обращения: 02.04.26).
2. Искусственный интеллект и алгоритмы в энергетике: применение, преимущества, перспективы [Электронный ресурс] –URL: <https://habr.com/ru/companies/sigma/articles/897472/> (Дата обращения: 02.04.26).
3. Искусственный интеллект в ядерной энергетике [Электронный ресурс]. –URL: <https://archive.atomicexpert.com/page3177509.html> (Дата обращения 02.04.26).
4. Grand dictionnaire terminologique (version informatisée) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.granddictionnaire.com> (Дата обращения: 02.04.26).

СЕКЦИЯ 5

ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДА И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Председатель - к.ф.н., доц. Тюрина С.Ю.
Секретарь - к.ф.н., доц. Кулагина М.А.**

*И. Белехов, студ.; рук. С.Ю. Тюрина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОЗВУЧКА И ЛОКАЛИЗАЦИЯ В ВИДЕОИГРАХ НА ПРИМЕРЕ CYBERPUNK 2077

В данной работе рассматриваются вопросы локализации видеоигр. Сегодня игровая индустрия производит контента больше, чем Голливуд и Netflix вместе взятые. Раньше, да и сейчас большинство считает игры “просто бродилкой-стрелялкой”, чем-то несложным. Но блокбастеры вроде *Киберпанка* имеют бюджеты в сотни миллионов долларов, и озвучка занимает там огромную статью расходов. Почему? Потому что геймеры перестали прощать “картонную” озвучку. Индустрия давно вышла на уровень большого кино.

Но есть нюанс. При локализации игры под разные страны перед командой стоит три главные задачи:

- Адаптировать смыслы (перевести сленг, мат, шутки так, чтобы это било в цель).
- Сохранить эмоции (один и тот же персонаж в разных версиях должен вызывать схожие чувства).
- Победить липсинг (заставить анимацию рта “дружить” с новым языком).

В *Cyberpunk 2077* разработчики из польской студии CD Project Red попытались решить проблему липсинга с помощью передовых технологий, но на практике, как мы увидим, идеала достичь трудно. При локализации фильмов раньше эту проблему решали довольно просто: актер дубляжа подстраивал свою мимику, а иногда даже менял текст, для того чтобы движения губ совпадали и выглядели естественно. Сейчас же больше используют нейросетевые технологии, которые на этапе монтажа позволяют автоматически подстраивать движения лица.

Но при разработке видеоигр сделать это сложнее, так как картинка перед нами не плоская, а объемная. Каждый объект в кадре – 3D модель, так что соблности все микродвижения мимики крайне тяжело. Приходится идти на те же жертвы, что и у киношников.

Рассмотрим некоторые примеры и сравним разницу в переводе одних и тех же сцен.

Во фразе с польской озвучкой персонаж говорит: “Пока тебя не было, я поговорил с Дексом”. В английской версии немного иначе: “Я поговорил с Дексом, пока ты был внутри с Доком”. В русской озвучке: “Я поговорил с Дексом, пока тебя кромсали”. Все версии отличаются. В русской версии подчеркивается, что персонажа кромсали, поскольку герой – риппер – это что-то вроде хирурга, который специализируется на кибер имплантах. Поэтому его “кромсали”.

Во втором примере в оригинале говорится: “And it's true, Jackie's arm was a cannon”. Но по-русски так не говорят, что у кого-то рука как пушка, пришлось переделывать на... “Рука у Джеки была тяжелая”, что более привычно русскоговорящему человеку.

Отметим, важность восприятие игры, от голоса, который мы слышим. В игре можно выбрать пол у персонажа, и одну из трех предысторий. Этот выбор повлияет на некоторые моменты по ходу сюжета. Но также из-за возможности такого выбора работы у локализаторов становится во много раз больше. Каждую сцену, реплику, слово нужно озвучить для нескольких версий главного героя. И наши актеры справились поразному. Критики говорят о том, что голос женщины Ви более живой, настоящий, когда у Ви-мужчины он нарочито пафосный, и не везде, где это уместно. Виктор Вектор – риппер, который “кромсал” главного героя, бывший боксер-тяжеловес. Спокойный, рассудительный, немногословный. По моему мнению русская озвучка подчеркивает это. Стоит добавить, что Виктор уже не молод, но и не старик, как в озвучке оригинала. Джеки Уэллс – лучший друг Ви, дитя улиц, бывший член банды. Он добрый и отзывчивый весельчак, но в нужные моменты, готов постоять за себя и близких. Русская озвучка идеально попадает под это описание.

Горо Такэмура – личный телохранитель главы японской мегакорпорации “Арасака”, который не справился со своими обязанностями. Подчинившись приказу, он упустил возможность спасти своего господина от руки его сына Ёринобу. Желая выяснить правду и отомстить, Такэмура превратился в изгоя, которого разыскивают все службы “Арасаки”. Человек чести, серьезный и расчетливый. Даже разработчики игры признают, что наш актер дубляжа лучше оригинала передал характер персонажа.

Тема локализации видеоигр, озвучки и липсинга очень обширна и сложна. На самом деле, за каждым голосом, за каждой удачной или спор-

ной интонацией стоит огромная работа десятков людей - актеров, режиссеров дубляжа, переводчиков и инженеров.

*Т. Власова, студ.; рук. С.Ю. Тюрина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ АДАПТАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ БРЕНДОВ

В докладе рассматриваются основные стратегии адаптации англоязычных брендов в России и факторы, определяющие успех или провал локализации.

Неудачные примеры позволяют выявить критические точки, которые необходимо учитывать при адаптации.

- Минеральная вода *Blue Water* при прямом транслитерировании на русский язык дала неблагозвучное сочетание, вызвавшее у потребителей стойкое отторжение.

- Прибор для укладки волос *Clairol Mist Stick* был выведен на немецкий рынок без учёта того, что слово *Mist* в немецком языке означает «навоз». Это сделало рекламную кампанию неэффективной.

- Компания *Coca-Cola* при первом выходе на китайский рынок в 1920-х годах использовала иероглифическую передачу, которая примерно звучала как «Кекоукена» и имела значение, далёкое от желаемого («кусай воскового головастика»). Потребовалась глубокая переработка, чтобы получить благозвучный и осмысленный вариант.

Трудности возникают не только в русскоязычном пространстве. Существуют универсальные факторы, способные существенно повлиять на восприятие бренда.

- Числовая символика. В Китае цифра 4 созвучна слову «смерть», поэтому её избегают в названиях продуктов, моделях и рекламных сообщениях.

- Фонетические совпадения. Аромат *Givenchy Pi* в ряде азиатских языков ассоциируется с нежелательным бытовым понятием. Бренд решил не менять название, а сделать акцент на визуальном образе математической константы.

- Ложная мотивация. Автомобиль *Chevrolet Nova* на рынках Латинской Америки столкнулся с тем, что словосочетание *no va* по-испански переводится как «не едет». Очевидный для англоязычной аудитории посыл терялся полностью.

Прикладная лингвистика выделяет пять основных подходов к адаптации коммерческих названий.

1. Прямой перенос (трансплантация). Название используется без изменений, в исходной графике (Samsung, Nike). Сегодня этот метод требует учёта требований законодательства о защите государственного языка.

2. Транскрипция / транслитерация. Передача звуковой или буквенной формы кириллицей (Rexona → Рексона). Метод прост, но может провоцировать непредусмотренные коннотации.

3. Калькирование. Дословный перевод компонентов. Применяется редко, так как часто приводит к громоздким конструкциям.

4. Транскреация. Создание принципиально нового имени, которое воспроизводит ценности оригинала, но органично звучит в принимающем языке. *Coca-Cola* в Китае - новое имя со значением «вкусное удовольствие», фонетически близкое к оригиналу, но построенное на китайской морфологии.

5. Смысловая адаптация. Передача не формы, а основной идеи названия. Работает в тех случаях, когда важнее донести концепцию.

При грамотном подходе даже сложные случаи могут быть успешно разрешены. Первоначальное экспортное название автомобиля «Жигули» в ряде европейских языков вызывало нежелательные ассоциации с другими словами. Переименование в Lada позволило снять эти риски и сформировать узнаваемый международный бренд.

*Д.В. Голубева, студ., рук. А.А. Абрамова, преп.,
(ИГЭУ, г. Иваново)*

РОЛЬ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Ценность английского языка заключается в том, что он является главным инструментом для международного взаимодействия [3, 4]. На нем говорят более полутора миллиона человек. Благодаря внедрению и развитию современных технологий, английский язык стал уникальным средством общения, который используют во всех сферах деятельности. что позволяет его называть глобальным [2].

Понятие «глобальный английский язык» может вызывать неоднозначную реакцию у исследователей. В 1998 году Европейская ассоциация заявила, что идея о создании глобального языка не имеет места быть, при этом проводя параллель с языком эсперанто. Дж. Дженкинс утверждал о том, что многие не придерживались данной позиции, так как английский

язык продолжает быть основной коммуникативной единицей мира и на то существует ряд факторов [5]:

– Стремительное развитие цифровых технологий и повсеместное распространение мобильности привело к тому, что английский язык стал основным лингвистическим кодом онлайн-коммуникации.

– Английский язык как отмечала Т. Какуридис является главным средством выражения в глобальных феноменах массовой культуры.

– С помощью его информационных источников люди способны напрямую воспринимать «культурное наследие», сводя к минимуму зависимость от перевода [1].

Исходя из всего вышеперечисленного, очевидно, что английский язык занимает главенствующее положение в современном мире, становясь главным инструментом международного взаимодействия за счет совершенствования электронных технологий.

Библиографический список

1. Какуридис, Т., Манян, М. Глобальный английский: взгляд европейца /Т. Какуридис, М. Манян // Вестник МИЛ. – 2015. – № 2. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.mnemo.ru/study/01/01_10.htm.

2. Кристалл Д. Английский язык как глобальный: учебное пособие/Д.Кристалл – М.: Весь мир, 2001. – 240 с.

3. Спираева С.В. Роль и место глобального английского в современном мире/ С.В. Спираева// Вестник МИЛ. – 2015. – № 2. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-mesto-globalnogo-angliyskogo-v-sovremennom-mire>

4. Тюрина С.Ю. Межкультурная коммуникация в современном мире. Citizens of the world: cross cultural communication: учеб. пособие – Иваново, 2020. – 72 с.

5. Jenkins J. Global Englishes: A Resource Book for Students. Routledge. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.cambridgeone.org/>.

*Д. Григорьева, студ.; рук. С.Ю. Тюрина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ

Сегодня английский язык перестал быть просто иностранным языком. Для миллионов людей он стал частью повседневной жизни: языком учебы, работы, общения в интернете, кино и культуры. Многие замечают интересный феномен: когда человек переходит на английский, меняется не только его речь, но и поведение, интонация, эмоции и даже характер.

Билингвы нередко говорят о том, что на английском они чувствуют себя более уверенными, свободными и прямолинейными, тогда как на русском становятся более эмоциональными, осторожными и склонными

к рефлексии. Возникает вопрос: действительно ли язык способен менять личность человека? И если да, то как переводчику передать этот психологический оттенок речи персонажа?

Эта тема особенно важна для переводчиков, потому что перевод — это не только передача смысла слов, но и передача личности говорящего, его культурного и эмоционального кода.

Что такое языковая личность?

Понятие «языковая личность» связано с тем, как человек проявляет себя через язык. Речь включает не только грамматику и словарный запас, но и способ мышления, эмоциональность, манеру общения и отношение к миру.

Каждый язык формирует собственную картину мира. Например, русский язык традиционно считается более эмоциональным и гибким в выражении чувств. В нем много уменьшительно-ласкательных форм, эмоциональных оттенков и интонационных возможностей. Английский же чаще ассоциируется с лаконичностью, структурой и прямотой. Из-за этого человек, говорящий на разных языках, может ощущать себя по-разному.

Почему на английском мы чувствуем себя иначе?

Исследования в области психолингвистики показывают, что билингвы могут менять стиль поведения в зависимости от языка общения. Это связано сразу с несколькими факторами.

1. Культурные ассоциации

Язык невозможно отделить от культуры. Когда человек говорит по-английски, он невольно ориентируется на нормы англоязычного общения: уверенность, открытость, уважение к личным границам, прямое выражение мнения.

Русская речевая культура, напротив, часто допускает большую эмоциональность, самоиронию и глубокую рефлексивность. Поэтому один и тот же человек может звучать совершенно по-разному.

Например: «Мне кажется, возможно, это не совсем правильно...» - “I disagree with this idea.”

Во втором случае речь звучит более уверенно и прямо.

2. Эмоциональная дистанция

Для многих людей иностранный язык создает эффект эмоциональной дистанции. Слова, выученные позже в жизни, воспринимаются менее эмоционально, чем родная речь.

Из-за этого человеку проще:

- говорить о сложных темах;
- выражать критику;
- принимать рациональные решения;

- контролировать эмоции.

Интересно, что некоторые исследования показывают: люди чаще принимают более логичные решения именно на иностранном языке, потому что эмоциональное воздействие слов снижается.

3. Роль социальной среды

Часто английский язык ассоциируется с профессиональной или академической средой. Когда человек говорит на английском, он автоматически включает более «официальную» версию себя.

Например, студент может быть застенчивым в русском общении, но активно выступать на английском во время международной конференции. Язык становится своего рода социальной маской.

Проблемы перевода: как передать «психологический вайб» персонажа?

Для переводчика это одна из самых сложных задач. Недостаточно просто перевести слова — нужно сохранить ощущение личности героя.

Если персонаж в оригинале говорит резко, уверенно и короткими фразами, буквальный перевод может разрушить его образ.

Например: «Say what you want» - «Скажи, что хочешь».

Но в зависимости от контекста переводчик может выбрать:

- «Говори прямо»
- «Да скажи уже»
- «Мне все равно, говори»

Каждый вариант создает совершенно разное психологическое впечатление.

Особенности перевода с английского на русский

1. Разница в степени прямоты

Английская речь часто звучит более нейтрально и коротко. При переводе на русский она может показаться грубой.

Например: «I need an answer now» - «Мне нужен ответ сейчас»

В русском языке это может звучать слишком резко, поэтому переводчик смягчает фразу:

- «Мне бы хотелось получить ответ как можно скорее.»
- «Ответ нужен сейчас.»

Переводчик постоянно балансирует между точностью и естественностью.

2. Эмоциональность русского языка

Русский язык позволяет тонко передавать эмоции через суффиксы, интонацию и выбор слов:

- дом — домик;
- мама — мамочка;
- друг — дружище.

В английском такие оттенки часто отсутствуют или передаются иначе. Поэтому при переводе важно не потерять эмоциональную глубину текста.

3. Юмор и самоирония

Русская и английская самоирония строятся по-разному. Английский юмор часто основан на сдержанности и игре слов, а русский — на эмоциональном преувеличении или абсурде.

Из-за этого некоторые шутки практически невозможно перевести дословно.

Интересные факты о билингвах и языке

- Многие билингвы утверждают, что у них меняется голос и даже жесты при переходе на другой язык.

- Некоторые люди признаются, что легче говорят о любви или личных переживаниях именно на иностранном языке.

- Психологи заметили, что воспоминания часто активируются на том языке, на котором произошло событие.

- Переключение между языками может менять стиль мышления: один язык помогает мыслить более эмоционально, другой — более рационально.

Почему эта тема важна для переводчика?

Современный переводчик работает не только со словами, но и с культурой, психологией и восприятием личности.

Если переводчик не чувствует эмоциональный код языка, текст может стать «мертвым». Особенно это важно:

- в литературном переводе;
- в кино и сериалах;
- в дубляже;
- в переводе интервью и публичных выступлений.

Хороший переводчик должен понимать:

- как персонаж звучит в оригинале;
- какое впечатление он производит;
- как сохранить это впечатление на другом языке.

Иногда ради сохранения характера героя переводчик даже отходит от буквального текста.

Заключение

Язык — это не просто средство общения. Он влияет на наше мышление, эмоции и поведение. Именно поэтому многие люди чувствуют себя «другими» при переходе на английский язык. Для переводчика этот феномен особенно важен, потому что перевод — это не механическая замена слов, а передача личности, атмосферы и эмоционального состояния человека.

КОЛЛОКАЦИИ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ В ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В данной работе рассматриваются понятие, сущность, виды и правила использования коллокаций в английском языке. Изучение коллокаций играет важную роль в овладении иностранным языком, так как правильное использование устойчивых выражений способствует улучшению коммуникативных способностей говорящего и повышению уровня владения языком [1].

Коллокации (от англ. collocations) – это устойчивые сочетания слов, которые часто встречаются вместе в языке и звучат для носителей естественно. Они формируются на основе привычек языкового использования, а не строгих грамматических правил. Коллокации помогают сделать речь приближенной к речи носителей языка. Например, для русского уха словосочетание «принять решение» звучит естественно, а «сделать решение» в том же значении уже странно. Так и в английском: “make a decision” звучит привычно и адекватно, а “accept a decision” – уже нет. Это не значит, что вас совсем не поймут, если вы так скажете, просто звучать будете «не по-английски».

Обычные словосочетания – это любые комбинации слов, которые можно создать по грамматическим или логическим правилам. Они не обязательно являются устойчивыми или часто используемыми. Например: a blue car (синяя машина), to eat breakfast (есть завтрак). Коллокации – это устойчивые выражения. Это значит, что слова, из которых они состоят, всегда используются вместе. Поэтому, если заменить в них одно слово, фраза может показаться странной и неправильной. Например, fast food (быстрая еда) – устойчивая коллокация. Quick food звучит некорректно, хотя quick и fast — это слова-синонимы.

В английском языке существуют различные виды коллокаций. Знать их нужно для того, чтобы при изучении новых слов понимать, на что нужно обращать внимание: с какими частями речи могут образовываться сочетания. Итак, выделяют следующие основные виды коллокаций:

1. Глагол + существительное: make a mistake (делать ошибку), take a photo (фотографировать), do homework (делать домашнее задание).

2. Прилагательное + существительное: strong coffee (крепкий кофе), heavy traffic (интенсивное движение), major problem (серьезная проблема).

3. Наречие + прилагательное: completely different (совершенно разный), highly unlikely (крайне маловероятно), easily available (легкодоступный).

4. Глагол + наречие: speak fluently (говорить бегло), strongly recommend (настоятельно рекомендовать), (полностью понимать).

5. Существительное + существительное: a piece of advice (совет), a round of applause (аплодисменты), a bar of chocolate (плитка шоколада).

6. Предлог + существительное: afraid of (бояться чего-то), listen to (слушать), worry about (беспокоиться о).

При работе с коллокациями важно учитывать ряд особенностей. Данные особенности можно сформулировать в виде четырех правил:

Правило 1. Нельзя заменять слова в коллокациях их синонимами. В коллокациях обычно нельзя заменять слова их синонимами, даже если логически это кажется правильным: make a decision (принять решение) do a decision, take a decision, heavy rain (сильный дождь) strong rain, powerful rain

Правило 2. Учитывайте различия между американским и британским вариантами. Некоторые коллокации в американском и британском вариантах английского различаются:

Американский вариант: take a shower (принимать душ), fill out a form (заполнить форму), in a team (в команде).

Британский вариант: have a shower (принимать душ), fill in a form (заполнить форму), on a team (в команде).

Правило 3. В разных языках коллокации часто различаются. В русском "сильный дождь" (сильный = strong), в английском "heavy rain" (тяжелый дождь).

Правило 4. Обращайте внимание на глаголы широкой семантики. В английских коллокациях часто используются глаголы широкой семантики (do, make, have, take, get), и их использование часто невозможно предсказать логически:

1. do homework, business, research (делать домашнее задание, вести дела, проводить исследование);

2. make a decision, a mistake, money (принимать решение, делать ошибку, зарабатывать деньги);

3. have a conversation, a dream, an operation (вести разговор, видеть сон, делать операцию);

4. take a photo, a risk, a break (фотографировать, рисковать, делать перерыв);

5. get a job, a divorce, permission (получать работу, развод, разрешение).

Таким образом, изучение и запоминание коллокации позволяет существенно повысить уровень компетентности в английском языке, а также достигнуть понимания ключевых аспектов естественной речи. Знание коллокаций важно для изучающих английский язык, поскольку неправильное использование отдельных слов может привести к странному звучанию речи. Правильное же употребление коллокаций позволяет правильно строить предложения и легко понимать речь носителей языка, а также расширяет активный словарь и повышает общую эффективность коммуникации на иностранном языке.

Библиографический список

1. Тюрина С.Ю. Иноязычные коллокации в профессиональном дискурсе в техническом вузе: лингводидактический подход // Современные проблемы науки и образования. – 2021. – № 1; URL: <http://www.science-education.ru/article/view?id=30500> (дата обращения: 16.03.2026).

*А.Д. Курбатова, студ.; рук. Е.Б. Староверова, ст.преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ТРУДНОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ПРЕЦИЗИОННЫХ СЛОВ

Прецизионная лексика занимает важное место в текстах любого стиля. Данный вид лексики требует особого внимания при переводе. Прецизионные слова — это однозначные слова, несущие точную фактическую информацию и не вызывающие, как правило, в памяти переводчика конкретных ассоциаций. К ним относятся имена собственные, имена числительные, географические названия, названия дней недели и месяцев, сокращения и другие единицы, требующие максимальной точности при переводе.

Прецизионная лексика особенно часто встречается в научных, технических, юридических и публицистических текстах. Ошибки в переводе прецизионной лексики могут привести к искажению смысла, потере достоверности, юридическим спорам и другим серьезным последствиям.

При переводе прецизионной лексики важно не изолированно переводить слова, а учитывать контекст. Для обеспечения точности и однозначности необходимо учитывать специфику терминологических систем, использовать проверенные источники и избегать необоснованных заимствований.

Характеристики прецизионной лексики:

1. Однозначность: каждое слово имеет строго определённое значение.

2. Нейтральность: отсутствие экспрессии, метафор, образных средств.

3. Стандартизированность: часто закреплена в терминологических словарях и нормативных документах.

При переводе единичных антропонимов (имён известных людей) необходимо найти соответствие в языке перевода. При переводе множественных антропонимов (имён людей, которые не ассоциируются в сознании общества с определённым человеком) следует обратиться к специальным приёмам: транслитерации, транскрибированию, в зависимости от прагматики перевода. Кроме того, переводчику необходимо обратить особое внимание на культурную и национально-языковую особенность и благозвучие антропонима.

При переводе топонимов рекомендуется искать традиционный вариант перевода в авторитетных источниках. При отсутствии информации о переводе топонима, лучше обратиться к транскрибированию. Рекомендуется добавлять уточнение, чтобы читатель смог ассоциировать, что это именно топоним из всех категорий имен собственных.

Фалеронимы, т.е. названия орденов, премий, наград, и хронимы, т.е. исторические термины, могут иметь соответствие в языке перевода; также, они часто переводятся с помощью калькирования. Данный прием перевода сочетается с транслитерацией и транскрибированием.

Особенности, на которые стоит обратить внимание при переводе числительных с русского языка на английский:

1. Каждые три разряда количественных числительных в виде цифр в английском языке отделяются запятой.

2. При оформлении дробных чисел в английском языке следует использовать точку.

3. Проценты допустимо обозначать как % или per cent (без окончания s) или p. c. Аналогичная ситуация с обозначением процентов в дробях.

Также, переводчику необходимо:

1. Корректно конвертировать и выбирать единицу измерения: mile → миля (1,609 км); round → фунт (0,454 кг); gallon → галлон (3,785 л в США; 4,546 л в Великобритании).

2. Учитывать различия в форматах записи даты и времени: В США: месяц/день/год, в Великобритании и России: день/месяц/год.

3. Принимать во внимание следующую особенность: месяцы и дни недели в английском языке начинаются с заглавной буквы.

Для минимизации ошибок при переводе прецизионной лексики рекомендуется:

1. использовать специализированные словари и глоссарии;
2. сверяться с международными стандартами (ISO, ГОСТ);
3. при отсутствии эквивалента давать пояснения или использовать калькирование/транслитерацию с последующим разъяснением;
4. учитывать требования к оформлению числовых данных и сокращений в целевом языке.

Таким образом, работа с прецизионной лексикой требует от переводчика особого внимания к деталям, знания культурных особенностей и владения приёмами перевода имён собственных, географических названий и других единиц прецизионной лексики. Для успешного перевода важно учитывать контекст, различия между языками и культурами, а также опираться на проверенные источники информации и методы перевода для сохранения точности текста.

Библиографический список

1. Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур: М.: Р.Валент, 2001. 200 с.

*А.Д. Курбатова, студ.; рук. М.А. Кулагина, к. ф. н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

LEARNING ENGLISH WITH SONGS: FEATURES AND CHALLENGES

Language learning methods are constantly evolving, and learning English with songs is becoming increasingly popular. So now this method is very popular, especially among young students.

Benefits of learning English with songs:

1. Vocabulary expansion. Songs introduce students to new words and phrases, including colloquial expressions, idioms, and slang. Repetition in lyrics helps reinforce vocabulary.
2. Grammar in context. Lyrics contain various grammar constructions, allowing students to see their use in context.
3. Pronunciation and intonation. Regularly listening to songs trains students' listening comprehension of English speech, helps them distinguish accents, and understand fast speech in a foreign language.

4. Cultural aspects. Songs sometimes reflect social issues, historical events, and cultural values, which contributes to a deeper understanding of the language and culture.

5. Vocabulary expansion. Lyrics contain a variety of words and expressions, including idioms and colloquial phrases, that can be useful in everyday communication.

6. Increased motivation. Music makes the learning process less monotonous and helps maintain interest in language learning.

Key Challenges:

1. Unnatural grammar. Lyrics often prioritise rhyme and rhythm over grammatical accuracy. Contractions, omissions, and non-standard structures are common. Lyrics often contain simplified or unconventional constructions used for rhyme or rhythm, which don't always adhere to the rules of the language.

2. Colloquial and non-standard language. Slang, regional dialects, and idioms in lyrics can be confusing for students, especially at beginner levels.

3. Fast tempo and unclear articulation. Singers may blur words, swallow endings, or sing too fast. Furthermore, singers whose first language is not English may have an accent different from standard British or American English, which can lead to students learning incorrect pronunciations.

Recommendations for effective use:

1. Choose songs based on your language proficiency level (for beginners, choose simple songs with clear diction; for advanced learners, choose more complex lyrics);

2. Use lyrics to simultaneously develop reading and listening skills;

3. Analyze lyrics, analyze unfamiliar words and expressions, and memorize new vocabulary;

4. Sing along with the singer to practice pronunciation.

In conclusion, learning English with songs is an effective method with significant benefits, including expanding vocabulary, improving pronunciation, increasing cultural awareness, and boosting motivation. However, to achieve the best results, it's important to carefully choose songs and analyze their lyrics and characteristics. Then, music can become a powerful complementary tool in language learning.

ПЕРЕВОД КРЫЛАТЫХ ФРАЗ: КУЛЬТУРНЫЙ КОД НА СТЫКЕ ЯЗЫКОВ

Данная работа посвящена сложностям перевода, а именно – перевод крылатых фраз. Это не просто слова, а целые культурные коды: цитаты из фильмов и книг, рекламные слоганы, идиомы, ставшие частью языка. Когда мы слышим "To be or not to be" или "May the Force be with you", мы мгновенно понимаем весь пласт смыслов, стоящий за ними. Но что происходит, когда эти фразы нужно перевести на русский? Переводчик сталкивается с настоящим вызовом, и главным образом из-за трёх проблем.

Первая и главная проблема – это культурный разрыв. Многие английские идиомы родились из специфических исторических событий, литературы или спорта, которых просто нет в русской культуре. Возьмем, к примеру, фразу "To carry coals to Newcastle". Ньюкасл был известным угледобывающим регионом, и везти уголь туда – верх бессмысленности. Русский язык нашел идеальный аналог в виде «ехать в Тулу со своим самоваром». Другой пример, "To play the devil's advocate", фраза, уходящая корнями в католическую практику. Прямой перевод «играть адвоката дьявола» сегодня более-менее понятен, но изначально искали более ясные для нашей культуры варианты, вроде «вступать в роль адвоката дьявола». Или рассмотрим "A day late and a dollar short", идиому о запоздалой и недостаточной помощи. В русском ей соответствуют «запоздалое и бесполезное предложение» или поговорка «после драки кулаками не машут», хотя полного тождества здесь нет. Даже такая, казалось бы, простая фраза, как "As American as apple pie", ставит переводчика в тупик. Сказать «такой же американский, как яблочный пирог» для русского уха не будет иметь того же культурного веса. Ближайшим маркером могли бы стать «русские блины». Таким образом, задача переводчика здесь – не переводить слова буквально, а найти или создать понятный культурный образ.

Вторая проблема – языковая игра, каламбуры и многозначность. Это, пожалуй, самая сложная, а иногда и нерешаемая задача. Блестящим примером успеха является слоган Burger King: "Have it your way". Перевод «Думай по-своему» гениален, потому что он уходит от буквального «получи это по-твоему» и бьет прямо в философию бренда, т.е. индивидуальность. И напротив, слоган Ford "Have you driven a Ford... lately?" ставит почти неразрешимую задачу. Глагол "to drive" означает здесь и «управлять машиной», и «быть активным, продвинутым». Прямой пере-

вод «Вы водили Форд... недавно?» полностью убивает этот каламбур. Иногда единственным выходом становится полное переименование, как в случае с фильмом "The Hangover". Дословный перевод «Похмелье» не отражал бы ни комедийный жанр, ни сюжет, поэтому был выбран яркий и понятный вариант – «Мальчишник в Вегасе».

Третья проблема – это извечный конфликт между дословной точностью и узнаваемостью. Классический пример является фраза Шерлока Холмса "The game is on foot!". Её дословный перевод, «Игра на ноге», полная бессмыслица для современного читателя, да и в английском она давно устарела. Переводчик был обязан заменить её на что-то понятное и динамичное, соответствующее характеру героя, отсюда каноничные варианты «Игра началась!» или «Дело приняло серьёзный оборот!». С другой стороны, есть примеры, где дословность не только не вредит, но и создает крылатую фразу. Шекспировское "All the world's a stage" прекрасно живет в русском языке как «Весь мир – театр». Менять устоявшийся, точный и красивый перевод на что-то более «русское» было бы грубой ошибкой.

Итак, подводя итоги, перевод крылатых фраз – это высокое искусство компромисса и творчества. Это постоянный баланс между буквой и духом оригинала, между культурной адаптацией и сохранением колорита, между узнаваемостью и естественным звучанием в языке перевода. Универсального рецепта здесь нет. Переводчику приходится примерять то роль лингвиста, то историка, а то и поэта. Как сказал выдающийся переводчик Вильгельм Левик: «Перевод – это автопортрет переводчика». Идеальный перевод крылатой фразы можно считать достигнутым, когда русскоязычный человек понимает и чувствует её так же глубоко, как и носитель английского языка, даже если слова при этом оказываются совершенно разными.

*В.С. Кушнин, студ.; рук Кулагина М. А., к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

МЕЖОТРАСЛЕВОЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ПЕРЕНОС: ТЕРМИНЫ ТЕРМОЯДЕРНОГО СИНТЕЗА В АНГЛИЙСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Термины ядерной физики и термоядерного синтеза имеют двойное «гражданство»: они одновременно используются в астрофизике – для описания процессов внутри звёзд – и в энергетике – применительно к

реакторным технологиям. Однако при переводе одного и того же английского термина на русский язык астрофизические и энергетические источники нередко дают разные варианты, что создаёт устойчивую терминологическую асимметрию между смежными отраслями.

Материалом исследования послужил раздел «Do we understand stellar structure and evolution?» доклада ASTRONET (2007), посвящённый ядерным реакциям внутри звёзд. В нём зафиксированы такие единицы, как «hydrogen burning», «thermonuclear runaway», «nuclear binding energy» и «nuclear reaction parameters» [1]. Параллельно были проанализированы русскоязычные учебники и стандарты по ядерной энергетике для выявления принятых в отрасли эквивалентов. Сопоставление двух корпусов – астрофизического и энергетического – позволило определить зоны терминологического расхождения.

Выявлено три типа расхождений. Первый – «ложные друзья»: термин «burning» в астрофизике переводится как «горение» (ядерное горение водорода), тогда как в энергетике тот же процесс именуется «выгоранием топлива», что создаёт путаницу при межотраслевом чтении. Второй – конкурирующие кальки: «thermonuclear runaway» в астрофизике – «термоядерный взрыв», в энергетической безопасности – «неуправляемая термоядерная реакция». Третий – лакуны: «nuclear burning stages» не имеет устоявшегося аналога в русскоязычных энергетических текстах. Сравнение вариантов перевода представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Терминологические расхождения между отраслями

Термин (англ.)	Перевод в астрофизике	Перевод в энергетике
hydrogen burning	горение водорода (ядерное)	выгорание водородного топлива
thermonuclear runaway	термоядерный взрыв	неуправляемая термоядерная реакция
nuclear binding energy	энергия ядерной связи	энергия связи ядра (ГОСТ)
nuclear burning stages	стадии ядерного горения	лакуна (эквивалент отсутствует)

Результаты показывают, что межотраслевой перенос терминологии сопряжён с системными рисками: один и тот же русский термин может обозначать разные явления в зависимости от контекста. Для специалистов в области ядерной энергетики, работающих с англоязычной астрофизической литературой, рекомендуется составление двуязычного глоссария с указанием отраслевой принадлежности каждого варианта [2].

Библиографический список

1. de Zeeuw P.T., Molster F.J. (eds.) A Science Vision for European Astronomy. ASTRONET, 2007. 168 p.

2. English-Russian Dictionary for Nuclear English. Англо-русский словарь с дефинициями к учебнику Сержа Горлина Nuclear English / Сост. канд. пед. наук С.В. Андрианова, А.А. Макарова; Под ред. канд. физ.-мат. наук В.М. Куприянова. М.: НИЯУ МИФИ, 2013. – 56 с.

*А.В. Метлушко, студ.; Е.Б. Староверова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ON FOOTBALL TERMINOLOGY TRANSLATION

When dealing with translation of football terms we usually come across some challenges concerning terminological ambiguity, proper names and even numbers. So we must consider the following:

1. Terminological ambiguity: "derby" vs. "clasico"

In Russian translations of football media, the terms *derby* and *clasico* are often confused, even though in the source culture they are not interchangeable.

Derby should be translated as "principal rivalry" or transliterated as "derby" (дерби) only for matches between teams from the same city or region, while *clasico* (especially *El Clásico* between Real Madrid and Barcelona) should be rendered as "klasiko" (класико) without the calque "classic" (классика), in order to preserve the reference to Spanish tradition.

2. Translating tactical formations: from numbers to meaning

English names for formations (*4–4–2*, *3–5–2*) are translated as numbers, but their description requires cultural adaptation. For example, the calque *false nine* (ложная девятка) has become established, while *inverted full-back* (инвертированный крайний защитник) is understood only by experts.

When translating tactical innovations in mass-market texts, a two-step presentation is necessary: a transliterated term followed by a brief functional explanation (e.g., "inverted full-back — a wide defender who moves into the central area").

3. Translating Tournament and Cup Names

FA Cup, Carabao Cup, UEFA Nations League.

Official names should be translated partially: branded elements should be transliterated (Karabao Kap, Liga natsiy UEFA), while generic elements should be translated (Kubok Anglii). Full calquing ("*Kubok Futbolnoy Assiatsii*") is outdated.

4. Statistical Clichés in Post-Match Reports

Clean sheet, expected goals (xG), big chance missed.

For a general audience *clean sheet* means "dry match" (сухой матч), *xG* - "expected goals" (ожидаемые голы) with a mandatory explanation in the first

paragraph, and *big chance missed* is "unrealized super chance" (нереализованный супермомент).

To sum up, we should mention that it is really important to know some strategies for translating certain terminology connected with football.

Bibliography

1. Комиссаров В.Н. Теория перевода.
2. Кудряшова А. Перевод спортивной лексики. (журнал «Мир перевода»)

*В.Е. Орлов, студ.; рук. Е.В. Орлова, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ТРАНСЛИТЕРАЦИЯ ПРИ НАПИСАНИИ КОДА

Транслитерация – представление слов одного языка посредством алфавита другого.

Русскоязычные программисты из-за нехватки словарного запаса при написании кода или мнимого удобства прибегают к транслитерации, чтобы увеличить читаемость кода, насколько это эффективно?

Использование транслитерации не всегда бывает удачным решением при написании программы, поскольку она в частных случаях приводит к неопределённости в прочтении: некоторые буквы русского алфавита могут быть представлены несколькими буквами английского алфавита, например, букву “я” можно представить как “ya”, “y”, “ia”. Одно из последствий использования транслитерации – рост длины слова, что увеличивает зрительную нагрузку при чтении. Очевидно, что транслитерация помимо всего прочего дезориентирует англоязычного программиста, код становится почти нечитабельным.

Был проведён анализ 11 программных проектов на языке C/C++ студентов 1 курса факультета информатики и вычислительной техники (ИВТФ). Общий объём кода составил – 3882 строк. Были замечены случаи русской транслитерации в названиях переменных, массивов, функций и структур, зафиксированы различные варианты написания одних и тех же слов.

К примеру, слово “счётчик” встретилось в названии 8 переменных. Из них: 5 – “schetchik”, 2 – “shethik”, 1 – “schethek”. При этом у 75% процентов студентов возникли незначительные трудности с прочтением некоторых из этих вариантов. В одном из проектов переменная имела название “counter”, её восприятие для респондентов оказалось легче. Четирем сту-

дентам ИВТФ был выдан код с транслитерацией и без неё (рис.1, 2). В среднем транслитерация замедлила понимание кода примерно в 1,2 раза.

Транслитерация ухудшает читаемость кода в исследуемых условиях, поэтому стоит ограничивать её использование, например, заменой русских слов на английские. Её использование с специфической русской терминологией требует отдельного исследования, но оно станет дополнением к текущему.

```
void poisk_vseh_pereseheniy(char* slovo_kotoroe_nuhno_postavit, char* peresekaemoe_slovo, int
dlina1, int dlina2, int* kolichество_pereseheniy, Simvoli_na_peresehenii**
massiv_vseh_pereseheniy_2yx_slov) {
    int schetchik1 = 0;
    for (int i = 0; i < dlina1; i++)
        for (int j = 0; j < dlina2; j++) {
            if (slovo_kotoroe_nuhno_postavit[i] == peresekaemoe_slovo[j]) {
                schetchik1++;
            }
        }
    *massiv_vseh_pereseheniy_2yx_slov = new Simvoli_na_peresehenii[schetchik1];
    int schetchik2 = 0;
    for (int j = 0; j < dlina2; j++)
        for (int i = 0; i < dlina1; i++)
            if (slovo_kotoroe_nuhno_postavit[i] == peresekaemoe_slovo[j]) {
                (*massiv_vseh_pereseheniy_2yx_slov)[schetchik2].peresekaemiy_simvol =
                peresekaemoe_slovo[j];

                (*massiv_vseh_pereseheniy_2yx_slov)[schetchik2].mesto_pereseheniy_c_slovom_kotoroe_nuhno_
                postavit = i;

                (*massiv_vseh_pereseheniy_2yx_slov)[schetchik2].mesto_pereseheniy_c_peresekaemim_slovom
                = j;
                schetchik2++;
            }
    *kolichество_pereseheniy = schetchik1;
}
```

Рисунок 1 – код функции с транслитерацией для работы с респондентами.

```

void search_ofall_intersections(char* word_that_need_to_be_put, char* intersecting_word, int
len1, int len2, int* number_of_intersections, Char_on_intersections**
arr_ofall_intersections_oftwo_word) {
    int counter1 = 0;
    for (int i = 0; i < len1; i++)
        for (int j = 0; j < len2; j++) {
            if (word_that_need_to_be_put[i] == intersecting_word[j]) {
                counter1++;
            }
        }
    *arr_ofall_intersections_oftwo_word = new Char_on_intersections[counter1];
    int counter2 = 0;
    for (int j = 0; j < len2; j++)
        for (int i = 0; i < len1; i++)
            if (word_that_need_to_be_put[i] == intersecting_word[j]) {
                (*arr_ofall_intersections_oftwo_word)[counter2].intersecting_char = intersecting_word[j];

                (*arr_ofall_intersections_oftwo_word)[counter2].intersections_with_word_that_need_tobereplaced =
                i;

                (*arr_ofall_intersections_oftwo_word)[counter2].place_ofintersection_with_intersected_word = j;
                counter2++;
            }
    *number_of_intersections = counter1;
}

```

Рисунок 2 – код функции без транслитерации для работы с респондентами

Библиографический список

1. Шенин И.А. Проблемы транслитерации. URL: <https://proza.ru/2017/11/14/1014> (дата обращения: 09.04.2026).

*М. Подлужный, студ.; рук. С.Ю. Тюрина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

КАК ПЛОХОЙ ПЕРЕВОД МОЖЕТ УБИТЬ ИГРУ

В данной работе рассматриваются вопросы локализации видео игр. Перевод в играх — это не просто замена слов. Это перенос целого мира, культуры, эмоций и сюжета. Локализация влияет на погружение. Ошибки в переводе могут убить драматургию, испортить шутку или создать неловкую ситуацию. А иногда - породить легендарные мемы.

Легендарная фраза "All your base are belong to us" в игра Zero Wing (1991, Sega Mega Drive - результат прямого, бездумного перевода с японского на английский. Это стало мемом из-за абсурдной грамматики, созданной машинным переводом.

В игре StarCraft один из главных антагонистов игры – Overmind (Сверххразум). В пиратском переводе его назвали «Надмозг». Слово прижилось и стало в рунете мемным обозначением плохого переводчика

Фраза «These bastards hit me with bats!» была переведена как «Эти ублюдки избili меня легучими мышами!». Хотя речь шла о бейсбольных битках (baseball bats).

В игре Lineage II оружие Yablonski's слово Hammer перевели дословно, получилось «Молот Яблонского». Это звучит нелепо, но локализаторы не знали, оставить ли этот вариант или придумать что-то другое.

В игре Need for Speed: Most Wanted (2005) существует отдельный вариант перевода, прозванный в народе "бритвенным". Так, главный антагонист Clarence Callahan (a.k.a. Razor) в этой версии был назван Бритва.

Как правило, выделяют следующие категории ошибок локализации:

– Организационно-подготовительные. Переводчики работают без полного контекста, видят только строки текста, не зная, кто говорит и в какой ситуации. В результате мы получаем неуместные фразы или неправильные интонации.

– Технические. Текст шит в код игры, а не вынесен в отдельный файл. Это делает локализацию сложной и дорогой, а исправление ошибок после релиза практически невозможным.

– Контекстные. Локализатор не знаком с игровой вселенной.

– Культурно-лингвистические. Например, перевод каламбуров, акцентов или шуток.

В заключение отметим, что перевод игр - сложное искусство на стыке языков, культур и геймдизайна. Худшие ляпы рождаются из-за спешки и равнодушия. Плохой перевод может убить великую игру. Хороший — сделать её легендой.

*М.А. Подлужный студ; рук. М.А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

LOST IN TRANSLATION: THE MOST EPIC TRANSLATOR FAILS IN VIDEO GAME HISTORY

In the multibillion-dollar global video game industry, localization is not a luxury but a necessity. A game written in Japanese, Russian, or English must be translated into dozens of languages to reach international audiences. Yet, despite professional teams and growing budgets, the history of video game translation is littered with spectacular failures — phrases so mangled, meanings so inverted, and cultural cues so misunderstood that they have become legendary among players. This paper examines the most epic translator blunders in gaming, arguing that these "fails" are not mere anecdotal humour but revealing case studies in the complexities of linguistic transfer, cultural adapta-

tion, and technical constraint. From English classics to context-blind literalism, these mistakes teach us what happens when translation is treated as a mechanical substitution rather than an act of creative reconstruction.

The most famous category of translation failure belongs to early Japanese-to-English localizations, colloquially known as "Engrish." The seminal example comes from Capcom's *Street Fighter II* (1991), where the character M. Bison, upon defeating an opponent, declares, "For you, the day Bison graced your village was the most important day of your life. But for me, it was Tuesday." This line is not a mistake but a masterpiece of accidental poetry. However, the same game also gave us the infamous "All your base are belong to us" from *Zero Wing* (1989). This phrase, uttered by a space alien fleet, contains a cataclysmic combination of wrong pluralization ("all your base" instead of "all your bases"), incorrect verb form ("are belong" instead of "belong"), and nonsensical subject-verb-object structure. It became a proto-internet meme precisely because it was so comprehensively broken. What went wrong? The translator likely performed a word-for-word substitution from Japanese grammatical structures, where particles and verb-final ordering do not map onto English. The result is a sentence that is grammatically illegible yet semantically decipherable — the uncanny valley of translation.

A second major category involves the misinterpretation of homophones or script length constraints. In *Final Fantasy VII* (1997), a minor character named Palmer exclaims after being hit by a truck: "This guy are sick." The intended meaning was "This guy is sick" (i.e., awesome or deranged), but the translator confused singular and plural agreement, likely due to rushed work or lack of context. Similarly, in *Metal Gear Solid* (1998), a character delivers the line, "I hear it's amazing when the famous purple stuffed worm in flap-jaw space with the tuning fork does a raw blink on Hara-Kiri Rock." This is not a translation error but a deliberate nonsensical phrase used as a password. However, many players believed it was a glitch or mistranslation because it defied all semantic expectation. The lesson here is that translation requires not only linguistic competence but also knowledge of genre conventions and the difference between error and intentional absurdity.

Perhaps the most culturally instructive failures involve the literal translation of idioms and fixed expressions. In *Pokémon* games, the move "Pain Split" (a damage-equalizing attack) was once described in an early Spanish localization as "Repartir dolor" — which correctly translates back as "Distribute pain" but sounds bizarrely sadistic to native speakers. In *Final Fantasy X*, the phrase "You're a bad man!" — intended as a lighthearted tease — was translated into some European languages using a word that implied genuine moral evil, completely altering the tone of the scene. The classic disaster comes from *Silent Hill 2* (2001), where a letter read: "You promised you'd take

me there again someday. But you never did." In the French localization, "take me there" became "prends-moi là" — which can be read as a sexual innuendo ("take me right here"), transforming a melancholic remembrance into an awkward proposition. Such errors occur when translators work without visual or narrative context, guessing at ambiguous phrasal verbs.

Technical constraints have also produced legendary blunders. Early video games had severe memory limitations, forcing translators to abbreviate text. In the NES version of *Ghostbusters*, the game expects the player to "Choose the correct color of the ghost's name" — a phrase so poorly constructed that players had no idea what to do. In reality, the original Japanese instruction referred to matching the ghost to its corresponding button colour. Similarly, *Castlevania: Symphony of the Night* gave us the immortal line: "You have been traversing a long journey, but now you must end it. Die, monster! You don't belong in this world!" The jarring shift from archaic epic ("traversing a long journey") to colloquial insult ("You don't belong in this world") suggests two different translators working on separate parts of the same script without communication.

More recently, even professional localizations have stumbled. In *The Legend of Zelda: Breath of the Wild* (2017), the English translation of a diary entry softened the character Revali's arrogant tone, losing his deliberate rudeness toward Link. Fans compared the Japanese, English, French, and German versions and discovered wildly different personalities for the same character. In *Cyberpunk 2077* (2020), the Russian localization famously changed a line about a character being "a milkshake" (slang for an attractive person) into a literal milkshake — a dairy beverage. Players were baffled why one NPC offered another a chocolate drink as an insult. These modern fails prove that the problem is not merely technological obsolescence but the persistent difficulty of mapping slang, tone, and cultural subtext across languages.

What do all these blunders teach us? First, translation is interpretation. The translator who renders "kawaii" (Japanese for cute) as "sweet" or "adorable" might be correct dictionary-wise but wrong culturally. Second, context is king. Without seeing the scene, hearing the voice, or understanding the backstory, a translator is flying blind. Third, games are not static texts; they are interactive systems where a player can approach the same line from different angles, exposing inconsistencies. Finally, the most epic fails become beloved precisely because they reveal the human behind the machine — a person who tried, failed, and accidentally created something memorable. In an industry increasingly dominated by AI translation tools, the lesson of "All your base are belong to us" is clear: machine translation produces grammatical sentences but not cultural ones. For now, and perhaps forever, the best localizations are made

by humans. And so, occasionally, are the worst — which is exactly why we remember them.

*П. Попова, студ.; рук. А.А. Прохорова, док. пед. наук.
(ИвГУ, г. Иваново)*

ИДИОМАТИКА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК ЗЕРКАЛО БРИТАНСКИХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ТРАДИЦИЙ

Изучение фразеологического фонда языка позволяет раскрыть глубинные связи между национальной идентичностью и историческим опытом народа. Идиомы выступают в роли «культурных микросхем», в которых заархивирована информация о верованиях и образе жизни нации. Согласно концепции В. Н. Телии, фразеологический состав — это зеркало, в котором идентифицируется национальное самосознание [1], при этом лексикограф Джон Айто определяет идиому как фразу, которая «ведет себя как слово», требуя восприятия всей структуры как единого смыслового блока [2]. Эта семантическая спаянность позволяет языку сохранять архаичные образы, превращая его в живой музей памяти, где развитие словарного запаса происходит непрерывно, адаптируя новые идеи под существующие культурные рамки [3, 4].

Британская идиоматика – это многослойный пласт, где каждый исторический период оставил свой след, начиная со скандинавского влияния, подарившего систему счета на двенадцать. Это отразилось в выражении «six of one and half a dozen of the other», подчеркивающим равнозначность выбора, и в традиции «baker's dozen» (тринадцать вместо двенадцати), возникшей из средневековых законов о весе хлеба. Норманнское завоевание привнесло аристократические образы, такие как «to curry favour» (лебезить), что изначально означало чистку рыжего коня Фавеля, символа хитрости.

Глубокое влияние оказала Библия, давшая моральные ориентиры вроде «to beard the lion» (противостоять опасному противнику), а правовая система прецедентов закрепила выражение «caught red-handed», восходящее к законам о поимке вора с кровью убитого животного на руках.

Особое место в английском языке занимает маринистика, так как Британия исторически зависела от океана как средства защиты и источника ресурсов [5]. Многие современные метафоры имеют навигационное происхождение: например, «above board» (честно) описывало всё, что находилось на палубе на виду, а «batten down the hatches» означало подготов-

ку судна к шторму. Финансовый термин «slush fund» изначально относился к деньгам от продажи жира, собранного коками, а психологическое состояние «taken aback» (ошеломлен) визуализирует корабль, паруса которого прижаты к мачте внезапным встречным ветром. Даже социальная традиция «bottoms up» (пить до дна) связана с проверкой кружки на наличие шиллинга — знака насильственной вербовки во флот. Непредсказуемое поведение описывается как «loose cannon», по аналогии с сорвавшейся с креплений пушкой, крушившей всё на палубе во время качки.

Спортивные традиции также сформировали этический кодекс «джентльменского поведения», где крикет стал эталоном честности: идиома «it's not cricket» означает высшую меру морального осуждения [7]. Трудные ситуации в британском сознании ассоциируются с «on a sticky wicket» — липким полем после дождя, делающим игру непредсказуемой. Скачки подарили языку выражения «win hands down» (легкая победа жокея, отпустившего поводья) и «straight from the horse's mouth» (информация из первых рук, по аналогии с проверкой зубов лошади). Бокс и теннис дополнили фонд идиомами «throw in the towel» (сдаться) и «the ball is in your court» (очередь принимать решение), транслирующими философию Fair Play во все сферы жизни.

Бытовая культура, в частности чаепитие, отражает британскую вежливость и иронию: фраза «not my cup of tea» позволяет деликатно выразить неприязнь, а «a storm in a teacup» иронично описывает преувеличенную реакцию на мелочь. Традиционный стоицизм закреплен в идиоме «keep a stiff upper lip», призывающей сохранять самообладание, тогда как климатические особенности породили выражения «under the weather» (недомогание) и «gaining cats and dogs». Социальная иерархия и политическое кумовство конца XIX века дали жизнь фразе «Bob's your uncle», означающей легкий успех, а военная медицина — выражению «bite the bullet», символизирующему необходимость перенести боль или трудность. Профессиональные реалии прошлого, такие как отравление ртутью шляпников, закрепили идиому «mad as a hatter».

Несмотря на глобализацию, британская идиоматика сохраняет отличия от американской, что проявляется в парах вроде «skeleton in the cupboard» против «skeleton in the closet» или использовании «spanner» (GB) вместо «wrench» (US) [6]. Современный язык активно пополняется единицами из IT-сферы, такими как «drag and drop», или спортивными клише вроде «back of the net», но базовые концепты остаются неизменными. Таким образом, идиомы продолжают служить надежным инструментом сохранения культурной грамотности, превращая изучение языка в исследование национальной души и исторического наследия Британии.

Библиографический список

1. Телия В.Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
2. Ayto, J. Oxford Dictionary of Idioms. – Oxford: Oxford University Press, 2020. – 448 p.
3. Harris, P. Phraseology and Tradition: Reflections of British Culture in English Idioms // English Studies Today. – 2019. – Vol. 14. – № 1. – P. 56–67.
4. Jones, M., Smith, A. Proverbs and Cultural Values in English-Speaking Countries // Journal of Language and Culture. – 2018. – Vol. 10. – № 2. – P. 112–125.
5. Nikulina, I. Marine Origin of Contemporary English Idioms // Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University. – 2021. – Vol. 34 (73). – № 1. – P. 177–184.
6. Smith, R. The cultural impact of idioms: A comparative analysis of British and American expressions // Language & Culture Today. – 2015.
7. Streat, S. 8 cricket idioms that are used in British English // English with a Twist. – 2013.

*П.Д. Пиенникова, студ; рук. Е.Б. Староверова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПУНКТУАЦИОННЫЕ ЛОВУШКИ: КАК ИЗБЕЖАТЬ ОШИБОК ПРИ ПЕРЕВОДЕ С РУССКОГО НА АНГЛИЙСКИЙ

При переводе текстов с русского на английский язык многие сталкиваются с неожиданными трудностями - и речь не только о лексике или грамматике. Одна из самых коварных зон - пунктуация. Правила расстановки знаков препинания в двух языках различаются принципиально: если в русском они чаще всего жёстко регламентированы грамматикой, то в английском во многом зависят от смысла, ритма фразы и авторского замысла.

1. Запятая

Запятая - самый распространённый знак препинания и одновременно источник множества ошибок при переводе.

Лишние запятые перед *that*. В русском языке перед «что» запятая почти всегда обязательна. В английском перед союзом *that*, вводящим придаточное предложение, запятая не ставится. Это одно из самых частых нарушений при переводе.

– Обособление придаточных предложений. В английском языке необходимость запятых зависит от типа придаточного:

– в определяющих (*restrictive*) придаточных, уточняющих, о ком или чём идёт речь, запятые не используются; в неопределяющих (*non restrictive*) придаточных, содержащих дополнительную информацию, запятые обязательны.

– Оксфордская запятая. Речь идёт о запятой перед *and* в перечислениях. Её использование - вопрос стиля, а не строгой нормы. Чаще встречается в американском английском, но допустимо и опускать её - главное сохранять единообразие в рамках одного текста.

– Соединение предложений. Запятая ставится перед союзами *and*, *but*, *or*, *so*, если они соединяют два самостоятельных предложения. Позиция придаточного предложения относительно главного тоже влияет на пунктуацию: если оно следует за главным, запятая обычно не нужна; если стоит перед ним - запятая требуется.

2. Апостроф

Апостроф - маленький знак, который вызывает большие проблемы даже у носителей языка. При переводе с русского ошибки возникают в трёх типичных случаях:

– Притяжательный падеж vs. множественное число. Апостроф не используется для образования множественного числа существительных. Путаница возникает из за того, что в вывесках и рекламе иногда встречаются ошибочные формы.

– *Its* vs. *it's*. Это классическое различие: *it's* - сокращение от *it is* или *it has*, а *its* - притяжательное местоимение («его/её») для неодушевлённых предметов).

– Притяжательный падеж у существительных во множественном числе. Апостроф ставится после формы множественного числа (например, *the Smiths' car*-машина семьи Смитов).

3. Точка с запятой

Точка с запятой (*semicolon*) используется для разделения двух законченных предложений, тесно связанных по смыслу, если между ними нет союза (*and*, *but* и т.д.). Её роль - показать тесную смысловую связь без формального соединения.

Распространённая ошибка - замена точки с запятой запятой (так называемый *comma splice*), что считается нарушением пунктуационных норм. В результате получаются грамматически некорректные конструкции, которые затрудняют восприятие текста.

4. Дефис и тире

В английском языке чётко различаются дефис (*hyphen*) и тире (*dash*), и их функции не совпадают.

Дефис служит для соединения слов в составе сложных прилагательных, особенно перед существительным. После существительного дефис часто опускается.

Тире (*em dash*) используется для интонационного выделения вставки или паузы - аналогично русскому тире, но реже и только для подчёркивания интонации.

5. Специфические различия в оформлении текста

Ряд знаков препинания и способов оформления текста различаются принципиально:

– Точка в конце заголовков. В английском языке она не ставится, в отличие от русского.

– Кавычки для названий. В английском названия книг, фильмов и статей обычно выделяются курсивом или заглавными буквами; использование кавычек здесь не принято.

– Тире между подлежащим и сказуемым. В простых английских предложениях оно не ставится (в отличие от русского, где такое тире встречается часто).

– Оформление диалогов и прямой речи. В английском после слов автора ставится запятая, а кавычки располагаются снаружи; в русском используются двоеточие и тире, а кавычки - «ёлочки».

Таким образом, избегая переноса русских пунктуационных правил и осваивая особенности английской системы знаков препинания, вы сделаете свои переводы более точными и естественными. Регулярная практика с аутентичными текстами поможет развить интуитивное понимание пунктуации, а грамотная расстановка знаков - верно передать интонацию и смысл оригинала. В результате заметно повысится как качество переводов, так и общий уровень владения английским языком.

*П.Д. Пиенникова, студ; рук. М.А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА РУССКОЙ НАРОДНОЙ СКАЗКИ

Русская народная сказка-это уникальный жанр фольклора, насыщенный культурными реалиями, уменьшительно-ласкательными формами, устойчивыми присказками и особым синтаксическим ритмом. При переводе на английский язык эти особенности создают серьезные трудности: многие элементы не имеют прямых эквивалентов, а дословная передача разрушает сказочную магию.

1. Лексико-культурные барьеры (реалии)

Русские реалии (Баба-Яга, Кощей, изба на курьих ножках, кика, лапти, колобок) не имеют прямых эквивалентов в английском языке. Переводчик вынужден выбирать между транслитерацией, калькированием и описательным переводом, при этом часто теряется культурный подтекст.

Например, «Баба-Яга»-не «Grandma Yaga» (потеря колорита), а Baba Yaga (транслитерация). «Изба на курьих ножках»-не «hut on chicken legs» (смешно и нелепо), а hut on fowl's legs или с пояснением. «Колобок»-либо Kolobok, либо The Little Round Bun. «Лапти» лучше передавать описательно: bast shoes (лыковые туфли). «Жика» (головной убор)-kika + пояснение, так как аналогов нет.

2. Уменьшительно-ласкательные формы

В русской сказке суффиксы (-еньк, -оньк, -ушк, -ичк) несут эмоционально-оценочную нагрузку («курочка ряба», «зайнышка», «братец Иванушка», «солнышко», «доченька»). В английском языке подобных суффиксов нет: «Курочка ряба» - не просто «Ryaba Hen», а Ryaba the Hen + через контекст передать ласку. «Зайнышка» little bunny или dear little hare. «Братец Иванушка» - little brother Ivanushka или Brother Ivan. «Доченька» - little daughter/dear daughter. «Солнышко» (обращение) -my little sun/my dear.

3. Устойчивые присказки

Фольклорные формулы («жили-были», «скоро сказка сказывается, да не скоро дело делается», «утро вечера мудренее», «по щучьему велению», троекратные повторы) плохо поддаются дословному переводу: «Жили-были» - Once upon a time (классическая сказочная формула, полный функциональный эквивалент). Нельзя «Lived-were». «Скоро сказка сказывается, да не скоро дело делается» - A tale is soon told, but a deed is not soon done (ритмически близко) или It's easy to tell a story, but hard to make it happen (смысл, но потеря ритма). «По щучьему велению, по моему хотению» - By the pike's command, by my own desire. «Утро вечера мудренее» - Morning is wiser than evening (допустимая калька).

4. Глагольный вид и динамика событий

Чередование глаголов совершенного и несовершенного вида в русской сказке передает смену действий и их длительность. В английском языке грамматическая категория вида отсутствует: русское «Иван шел, шел, шел/наконец пришел» - несовершенный вид (процесс) - совершенный (результат). По-английски: Ivan walked and walked and walked / finally he came (arrived). Другой пример: «Колобок катится, а Лиса его всё ждет» - The bun is rolling, and the Fox keeps waiting (используем длительные времена для процесса, простые - для результата).

5. Компромисс между буквой и духом

Основная трудность - найти баланс между точной передачей лексики и сохранением сказочного колорита, фольклорного ритма и доступности для англоязычного читателя.

Например, перевод Пушкина «Сказки о рыбаке и рыбке» на английский. Одни сохраняют «goldfish» (вместо «рыбка»), другие - старуху как

«old hag». Лучшие варианты сохраняют троекратные повторы желаний и формулу «смилуйся, государыня рыбка» - have mercy, O sovereign fish / Queen Goldfish.

Перевод русской народной сказки - это не просто лингвистическая, а культурно-антропологическая задача, требующая от переводчика фольклорной компетенции, креативности и готовности к неизбежным потерям, которые следует минимально грамотно компенсировать. Успешный перевод сохраняет жанровую узнаваемость, магию повествования и доступность для нового читателя.

Библиографический список

1. Карпицкая, Е. Р. Специфика передачи бытовых реалий в русских народных сказках на английский язык / Е. Р. Карпицкая ; науч. рук. А. Д. Дудько // Актуальные исследования языка и культуры: теоретические и прикладные аспекты : материалы VII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Санкт-Петербург, 5 апр. 2024 г. – СПб. : ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2024. – С. 243-246. [citations:2].

2. Афанасьев, А. Н. Народные русские сказки: в 3 т. / А. Н. Афанасьев. – М. : Наука, 1984-1985.

Е.Ю. Скрипская, В.А. Смирнова, студ.;
рук. М.А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)

ПЕРЕВОД ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗМОВ В БЬЮТИ-ИНДУСТРИИ

Современный переводчик в бьюти-сфере перестал быть просто лингвистом. Он выступает как стратег и маркетолог, перед которым стоит дилемма: перевести термин буквально (сохранив точность) или оставить англицизм (сохранив магию, престиж и глобальность бренда). Буквализм («телесный», «чистая косметика») часто убивает коммерческий потенциал продукта.

Интернационализмы создают ловушки. Прямой перевод создает неверный медицинский или гигиенический контекст там, где речь идет об эстетике и уходе:

Clean Beauty - не «чистая косметика» (не про гигиену), а философия этичности и экологичности состава.

Treatment - не «лечение» (не про больницу), а интенсивный уход или СПА-процедура.

Anti-age - не «против возраста» (маркетинговый провал), а «антивозрастной уход» или «уход за зрелой кожей».

Оставление термина без перевода (транслитерация) подключает текст к глобальному контексту. Это работает на целевую аудиторию, которая «в тренде», сохраняет технологичность и статусность продукта. Однако такой подход рискует быть непонятым массовому потребителю.

Один и тот же англоязычный термин требует разного перевода в зависимости от канала коммуникации:

Для инструкции: «Легкое средство для ухода за кожей».

Для рекламы: «Невесомый skincare-продукт для сияющей кожи» (оставляем маркер профессионализма и добавляем эмоцию).

Корейская волна приносит термины, не имеющие аналогов в русском языке («glass skin»). Прямой перевод («стеклянная кожа») звучит неестественно. Эффективная стратегия - гибрид: оставить термин, но внедрить его через контекстуальное пояснение («эффект glass skin - идеально гладкой, сияющей кожи»).

Интернационализмы в бьюти-индустрии - это не проблема незнания слова. Это проблема выбора переводческой стратегии. Ключевой навык профессионала - определить, где точность важнее престижа, а где эмоция и глобальный контекст напрямую влияют на кошелек бренда и восприятие потребителя.

*Е.Ю. Скрипская, студ.; рук. Е.Б. Староверова, ст. преп. каф.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫЕ СЛОВА И ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА

В процессе изучения иностранного языка и переводческой деятельности регулярно встречаются лексические единицы, внешне сходные со словами родного языка. Такое сходство может как способствовать быстрому пониманию, так и становиться источником устойчивых ошибок. В переводе принято разделять подобную лексику на две основные категории: интернациональные слова, имеющие совпадающее или близкое значение в разных языках, и межъязыковые омонимы, известные как «ложные друзья переводчика», значение которых не совпадает с формально сходными единицами принимающего языка.

Интернациональная лексика формируется преимущественно за счёт греко-латинских заимствований, а также терминов, распространившихся через английский язык в связи с научно-техническим прогрессом. В большинстве случаев такие единицы не требуют перевода и служат опорой для понимания иноязычного текста. Тем не менее, даже среди интернацио-

нальных слов возможны расхождения в семантике. Так, английское слово *sympathy* обозначает сочувствие, тогда как немецкое *Sympathie* и русское *симпатия* выражают положительное эмоциональное отношение. Данный факт свидетельствует о необходимости контроля контекста даже при работе с, казалось бы, очевидной лексикой.

Межъязыковые омонимы представляют собой пары слов в двух языках, сходных по форме, но различающихся по содержанию. Механизм ошибки связан с когнитивной инерцией: переводчик автоматически подставляет значение родного языка, игнорируя иноязычный контекст.

Калькирование представляет собой дословный перевод иноязычной единицы или оборота. В ряде случаев кальки становятся нормой литературного языка. Однако непродуманное калькирование ведёт к появлению ложных друзей.

Интернациональные слова облегчают понимание иноязычного текста, однако даже они требуют контекстуального контроля. Ложные друзья переводчика представляют собой устойчивый источник ошибок, преодоление которого возможно только через регулярную сверку с авторитетными словарями и накопление индивидуального запаса примеров. Калькирование как переводческий приём допустимо лишь при условии, что результат соответствует нормам принимающего языка.

Библиографический список

1. С.Ю. Тюрина, М.А. Кулагина, Е.Г. Манчева. Основы теории и практики перевода: учебное пособие. Иваново: ФГБОУВО "Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина", 2023. 165 с.
2. Т.С. Колиенко. Особенности интернациональной лексики и способы ее перевода, 2018. URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/313/14578> (дата обращения: 10.04.2026).

*В. А. Смирнова, студ.; рук. Е. Б. Старовойта, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОФОРМЛЕНИЕ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ

Апостиль является упрощенной формой подтверждения подлинности официальных документов для их использования за рубежом. Он удостоверяет законность подписи, должности лица и, при необходимости, печати, но не подтверждает содержание самого документа.

Для стран, присоединившихся к Гаагской конвенции 1961 года, апостиль заменяет сложную консульскую легализацию. Это позволяет зна-

чительно сократить время оформления документов, предназначенных для обучения, работы, брака, суда или иных юридически значимых целей за границей.

Юридические документы часто требуют перевода на язык принимающей стороны. При этом перевод должен быть точным, полным и соответствовать оригиналу, поскольку даже незначительная ошибка может изменить правовой смысл документа. Поэтому особое значение имеет профессиональный перевод документов, содержащих реквизиты, даты, фамилии, наименования органов и правовые формулировки.

Нотариальное заверение перевода подтверждает не сам текст перевода, а личность переводчика и его подпись под выполненным переводом. Нотариус удостоверяет, что перевод выполнен конкретным лицом, а также что подпись переводчика действительно принадлежит ему. Таким образом, нотариальное заверение придает переводу юридическую силу и повышает доверие к документу со стороны государственных и иностранных организаций.

На практике порядок оформления зависит от требований принимающей стороны. В одних случаях сначала подготавливают перевод и нотариально его заверяют, в других - сначала получают апостиль на оригинал или нотариальную копию документа, а затем выполняют перевод уже вместе с апостилем. Поэтому перед подачей документов важно уточнить, требуется ли апостиль, нотариальный перевод или оба вида оформления одновременно.

Особое внимание следует уделять типу документа. Апостиль обычно ставится на официальные документы: свидетельства, дипломы, справки, доверенности, выписки и судебные акты. Однако документы коммерческого характера или бумаги, не являющиеся официальными в смысле международного права, могут требовать иного порядка подтверждения.

Таким образом, апостиль, перевод и нотариальное заверение образуют взаимосвязанную систему юридического оформления документов для использования за рубежом. Грамотное соблюдение последовательности оформления помогает избежать отказа в приеме документов, экономит время и снижает риск юридических ошибок.

Библиографический список

1. URL: https://i-translator.ru/statyi/article_post/apostil-chto-eto-takoe-i-dlya-chego-nuzhen?utm_source=perplexity
2. URL :<https://apostil-info.ru/articles/apostil-na-notarialno-zaverennye-dokumenty/>

ВЛИЯНИЕ AI НА ПРОФЕССИЮ ПЕРЕВОДЧИКА: УГРОЗА ИЛИ ИНСТРУМЕНТ

Появление нейросетей произвело революцию в переводе. Эти системы выдают текст, который уже не просто понятен, а часто и стилистически грамотен. Это заставляет нас задаться вопросом: осталось ли место человеку в этой профессии?

С одной стороны, AI — это серьезный вызов.

- Скорость и цена. Он переводит мгновенно и почти бесплатно.
- Достаточный уровень качества. Для бытовых, технических или внутренних документов его часто хватает.
- Автоматизация рутины. Это сокращает объем простых и массовых заказов для людей.

Но, с другой стороны, у AI есть ключевые слабости:

- Нет понимания. Он не мыслит, а вычисляет слова. Ему недоступны культурный контекст, юмор, эмоции и креатив.
- Нет ответственности. В медицине, юриспруденции или рекламе ошибка стоит дорого. Ответственность несет человек-эксперт.
- Нет творчества. Он не сможет создать яркий рекламный слоган или художественный образ.

Выходит, AI не заменяет специалиста, а становится для него мощным инструментом, как когда-то компьютер заменил печатную машинку.

Таким образом, роль переводчика кардинально меняется. Он уже не просто «переписывает» текст, а становится редактором и лингвистическим менеджером.

1. Пост-редактирование. Главная задача теперь — не писать с нуля, а быстро и качественно править черновик, сгенерированный нейросетью.

2. Экспертиза. Ценность приобретают глубокие знания в конкретной области (право, IT, медицина), а не только знание языка.

3. Умение работать с AI. Нужно уметь грамотно ставить задачу AI (промты) и управлять им.

4. Креатив и стратегия. Переводчик все больше занимается сложной локализацией — адаптацией продукта или бренда для другой культуры.

Таким образом, нейросети — это не угроза для профессии в целом, а угроза только для тех, кто занимался простым, рутинным переводом. Переводчик будущего — это не тот, кто быстро печатает, а эксперт, редактор и стратег, который использует AI как мощный инструмент для повы-

шения своей эффективности и гарантии высочайшего качества. Профессия не исчезает — она становится сложнее и интеллектуальнее.

*И.А. Смирнов студ.; рук Е. Б. Староверова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПЕРЕВОД ИМЁН СОБСТВЕННЫХ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Ошибка в написании имени должностного лица или названия компании в контракте может иметь юридические последствия, вплоть до признания документа недействительным. Финансовые организации могут отклонить платеж, а таможенные органы — не принять груз к оформлению. Ключевой принцип здесь — точность и единообразие. При переводе недопустимо использование разных вариантов написания одной и той же фамилии или названия в рамках одного документа или пакета документов.

При переводе личных имен и фамилий задачи могут различаться в зависимости от направления перевода: с английского на русский или с русского на английский.

При переводе с английского языка на русский основной целью является передача звучания имени средствами кириллицы. Данный метод называется практической транскрипцией. Ориентиром служит произношение, а не написание слова.

При переводе с русского на английский задача меняется. Необходимо передать графическую форму русской фамилии с помощью латиницы. Этот метод называется транслитерацией и основывается на системе соответствия букв, установленной государственным стандартом.

Перевод названий компаний требует особой тщательности и учета устоявшихся традиций. Так же, такой перевод подразделяется на перевод с английского на русский и наоборот.

При переводе иностранного названия на русский язык основным методом является транскрипция, однако она корректируется с учетом сложившейся традиции. При переводе названия российской компании на английский язык применяется сочетание транслитерации для самого названия и перевода для организационно-правовой формы. Если компания имеет официально зарегистрированное англоязычное наименование, использование этого варианта является обязательным.

Перевод адреса в деловой документации подразумевает не просто лексическую замену, а изменение структуры записи. При переводе ино-

странного адреса на русский язык производится его реструктуризация в соответствии с российскими стандартами. Порядок элементов меняется на обратный: первым указывается страна, затем город, затем улица. Типы объектов переводятся: *Street* соответствует *улице*, *Avenue* — *проспекту*, *Lane* — *переулку*.

Знание правил перевода гарантирует отсутствие проблем с последующим использованием деловой документации, а также дает возможность корректно воспринимать информацию людьми, проживающими в разных частях света и разговаривающими на разных языках.

*И.А. Смирнов студ.; рук. М.А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПЕРЕВОД ИНСТРУКЦИЙ И ПРЕДУПРЕЖДАЮЩИХ НАДПИСЕЙ

Неточный перевод предупреждения «Keep away from children» или неправильная формулировка меры безопасности «Handle with care» в инструкции к оборудованию могут привести к травмам, поломкам или юридической ответственности производителя. Контрольные органы вправе запретить ввоз или продажу товара, если его маркировка не соответствует национальным стандартам безопасности. Ключевым принципом здесь является прагматическая адаптация, а не буквальный перевод.

При переводе иностранных предупреждений на русский язык основная задача — передать не слова, а функцию сообщения: запрет, обязательное действие, условие опасности. Например, «Caution: hot surface» переводится не как «Осторожно: горячая поверхность», а как «Не прикасаться — высокая температура» в соответствии с ГОСТ. Для глаголов keep, avoid, do not expose используются чёткие императивные конструкции.

При переводе русских инструкций на английский язык действуют международные стандарты ISO 3864 и ANSI Z535. Требуется замена общих формулировок («Будьте осторожны») на форматы WARNING, CAUTION, DANGER с унифицированным оформлением. Типы опасностей (электрическая, механическая, химическая) должны переводиться терминологически точно: «заземление» — earthing, «блокировка» — interlock.

Знание правил перевода предупреждающих надписей гарантирует безопасное использование продукции за рубежом и на внутреннем рынке,

а также позволяет избежать претензий со стороны контролирующих органов и судебных исков от потребителей.

*С.Н. Сухомлинов, студ.; рук. М.А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

PROGRAMMATIC-РЕКЛАМА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Programmatic-реклама представляет собой автоматизированный процесс покупки и размещения цифровой рекламы с использованием алгоритмов и технологий обработки данных. В отличие от традиционных методов закупки рекламных площадок, где участие человека играет ключевую роль, programmatic-подход позволяет осуществлять сделки в режиме реального времени с минимальным вмешательством специалистов.

Основой programmatic-рекламы является технология RTB (Real-Time Bidding) — аукцион в реальном времени, в рамках которого рекламные показы продаются за доли секунды. Когда пользователь заходит на сайт, информация о нем (демографические данные, интересы, поведение) передается в рекламную систему, где рекламодатели делают ставки за возможность показать свою рекламу. Побеждает тот, кто предложит наиболее выгодную цену и релевантное объявление.

Ключевыми участниками programmatic-экосистемы являются DSP (Demand-Side Platform), SSP (Supply-Side Platform) и DMP (Data Management Platform). DSP используются рекламодателями для покупки рекламных показов, SSP — владельцами сайтов для их продажи, а DMP позволяют собирать и анализировать пользовательские данные, повышая точность таргетинга. Взаимодействие этих платформ обеспечивает высокую эффективность рекламных кампаний.

Одним из главных преимуществ programmatic-рекламы является точный таргетинг аудитории. Благодаря анализу больших массивов данных рекламодатели могут показывать объявления только заинтересованным пользователям, что значительно снижает затраты и увеличивает конверсию. Кроме того, автоматизация процессов ускоряет запуск кампаний и позволяет оперативно вносить изменения в стратегию продвижения.

Однако у programmatic-рекламы есть и недостатки. К ним относятся проблемы с прозрачностью размещений, риск показа рекламы на нежелательных площадках, а также вопросы защиты персональных данных пользователей. В последние годы эти аспекты активно регулируются на законодательном уровне, что требует от компаний соблюдения новых стандартов работы с данными.

Таким образом, programmatic-реклама является важным инструментом современного цифрового маркетинга. Она обеспечивает высокую эффективность за счет автоматизации и использования данных, однако требует грамотного подхода и контроля со стороны специалистов для минимизации рисков и достижения максимальных результатов.

*Д. Тихонов, студ.; рук. С.Ю. Тюрина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ИСТОРИЯ РАБОТЫ ВОЕННОГО ПЕРЕВОДЧИКА В РОССИИ

Зарождение военного перевода в России можно отнести к периоду формирования централизованного русского государства, то есть ко временам византийских походов славян. Формальным началом науки военного перевода считают XVI век, когда международные отношения претерпели значительные изменения, заключавшиеся в усложнении и совершенствовании внешней политики России. В тот момент отечественные переводчики, ставшие специалистами не только в языковой сфере, но и культуре других стран, разделились на две группы:

1. Толмачи — устные переводчики во время официальных переговоров или беседы с иностранными гостями.

2. Драгоманы — переводчик при европейской миссии или консульстве на Востоке.

В 1549 году был учреждён Посольский приказ, в штате которого было 22 письменных переводчика и 17 толмачей, владевших десятками иностранных языков. Они занимались как дипломатическими, так и военными переводами.

В XVII–XIX веках, когда Россия вышла к Северо-Восточному Причерноморью и усилилось её влияние на Ближнем, Среднем и Дальнем Востоке, потребность в военных переводчиках резко возросла. В 1885 году в России открылись офицерские курсы при учебном отделении восточных языков Азиатского департамента Министерства иностранных дел. В 1899 году во Владивостоке начал работу Восточный институт, который готовил специалистов-востоковедов со знанием японского, корейского, китайского, монгольского и манчжурского языков.

В 1911 году были открыты особые окружные подготовительные школы военных переводчиков при штабах Кавказского, Приамурского и Туркестанского военных округов

21 мая 1929 года в СССР был подписан приказ «Об установлении звания для начальственного состава РККА „военный переводчик“»

В 1940 году в составе 2-го Московского государственного педагогического института иностранных языков был сформирован специальный Военный факультет, которому присвоили статус высшего военного учебного заведения

С началом Великой Отечественной войны окончательно сформировалась профессия военного переводчика. В 1942 году Военный факультет западных языков был реорганизован в Военный институт иностранных языков Красной Армии.

Во время Великой Отечественной войны военные переводчики выполняли важные задачи, связанные с получением информации о противнике и его действиях.

- Допрос военнопленных. В ходе допроса можно было получить ценные сведения о положении и замыслах противника: узнать о группировке его сил, расположении штабов, обеспеченности войск продовольствием.

- Перевод трофейных документов — сводок, приказов, распоряжений, солдатских книжек, карт, личных писем — содержание этих документов могло раскрыть планы противника.

- Работа в паре с офицером. Переводчики выполняли поручения по изучению частей и соединений противника, составляли донесения и сводки, вели рабочие карты.

- Работа в тылу врага. Переводчики высаживались в тылу врага, проводили допросы пленных на месте и передавали сведения по радио в штаб.

- Моральное давление на противника. С воздуха сбрасывались листовки с призывами прекратить сопротивление, через громкоговорители передавалась информация о том, что положение войск противника безнадежное.

Известные переводчики во время Великой Отечественной Войны:

- Владимир Николаевич Павлов (личный переводчик Иосифа Сталина с 1939 по 1946 год. Начиная карьеру как помощник Молотова).

- Валентин Михайлович Бережков (личный переводчик Сталина и Молотова на встречах с главами других государств, работал на Тегеранской конференции).

- Илья Семёнович Кремер (один из самых известных военных переводчиков Второй мировой войны. Переводил допросы начальника противовоздушной обороны Берлина полковника Ганса Веллермана, а также техническую документацию и описание немецкой ракеты «Фау-2»).

– Николай Николаевич Бязи (в первые месяцы войны написал и выпустил «Краткий русско-немецкий военный разговорник», которым активно пользовались во время войны на фронте).

– Лев Александрович Безыменский (переводчик штаба Донского фронта. Допрашивал фельдмаршала Паулуса на хуторе Зворыгин, перевёл для маршала Жукова письмо, в котором сообщалось о смерти Гитлера).

– Анатолий Петрович Мицкевич (переводчик маршала Жукова, работал при подписании акта о капитуляции Германии. Во время войны также выполнял задания Главного разведуправления Красной Армии, служил шифровальщиком).

В заключение отметим, что в современном мире военные переводчики играют важную роль. Их функции включают не только лингвистическое посредничество, но и работу с современными технологиями, такими как системы машинного перевода и интерпретации.

Активное перевооружение российской армии, внедрение новых образцов военной техники, развитие международной кооперации в оборонной сфере — всё это требует квалифицированных переводчиков, глубоко разбирающихся в технических вопросах.

*А. С. Хачатрян, студ.; рук Кулагина М. А., к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ТРЕХКОМПОНЕНТНАЯ МЕТРИКА СЛОЖНОСТИ ТЕКСТА ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ КАЧЕСТВА МАШИННОГО ПЕРЕВОДА

Несмотря на высокое качество современных систем машинного перевода, задача автоматического разделения текстов на пригодные для машинного перевода и требующие участия переводчика остаётся открытой. Существующие подходы к оценке машинного перевода работают постфактум [1]. Предлагаемая лексико-синтаксическая метрика позволяет прогнозировать качество перевода до его выполнения.

Сложность текста определяется как среднее арифметическое синтаксической, лексической и семантической составляющих. Для формализации синтаксической сложности вводится понятие дерева синтаксической сложности (ДСС) — ориентированного графа, узлами которого являются простые синтаксические компоненты (простые предложения, причастные и деепричастные обороты, вводные

конструкции), а рёбрами — связи между ними. Каждому типу узла приписывается весовой коэффициент, отражающий переводческую трудность при переводе с русского языка на английский, обоснованный через классификацию синтаксических трансформаций В.Н. Комиссарова [2]. Синтаксическая сложность предложения вычисляется как сумма глубины и половины ширины и нормируется на шкале 0–4 на основе исследования финского лингвиста Фреда Карлссона [3], установившего, что глубина вложения придаточных клауз в письменных текстах европейских языков практически не превышает четырёх уровней.

Лексическая составляющая основана на понятии рекурсивной глубины слова. Вводится функция $D(w)$, определяющая длину пути от слова до примитивного понятия в иерархии определений. Концептуальной основой служит теория семантических примитивов А. Вежбицкой [4]. Для реализации автоматизации используется векторное представление слов, а функция $D(w)$ определяется как косинусное расстояние от вектора исходного слова до ближайшего вектора примитивного понятия. При этом перед расчетом необходимо привести слова к начальной форме.

Семантическая метрика определяет степень буквальности слов в тексте и вычисляется как косинусное расстояние между статическим вектором и контекстуальным вектором слова.

В ходе работы было отобрано 15 предложений различной синтаксической сложности. Машинный перевод выполнялся системой Google Translate, качество оценивалось по метрикам BLEU и ChrF. Между синтаксической метрикой и BLEU и ChrF обнаружена умеренная отрицательная корреляция. График представлен на рисунке 1.

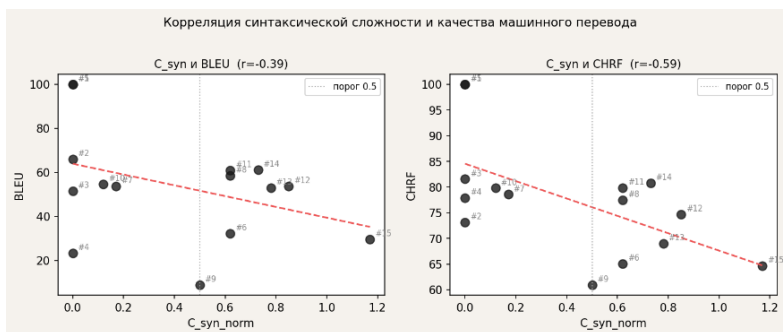


Рисунок 1 – Корреляция нормированной синтаксической сложности (C_syn_norm) с метриками качества машинного перевода BLEU и ChrF

Полученные результаты подтверждают частичную предсказательную силу синтаксической компоненты. Направление дальнейшей разработки – расширение экспериментов.

Библиографический список

1. Papineni, K., Roukos, S., Ward, T., Zhu, W. BLEU: a method for automatic evaluation of machine translation // Proceedings of ACL. — 2002.
2. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). — М.: Высшая школа, 1990.
3. Karlsson F. Constraints on multiple center-embedding of clauses // Journal of Linguistics. — 2007.
4. Вежицкая А. Семантические универсалии и базисные концепты. — М.: Языки славянских культур, 2011.

*Л. Хохлова, студ.; рук. С.Ю. Тюрина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ПЕРЕВОД МЕЖДОМЕТИЙ

Междометия – это служебные части речи, которые в текстах выполняют разные функции. Это, в частности, передача эмоционально-экспрессивной окраски высказывания, выражение чувств говорящего или его реакции на происходящее. Данные функции свойственны любому языку, поэтому они сохраняются при переводе.

Данная работа ставит своей целью изучение особенностей перевода междометий с английского языка на русский с сохранением их значения. Для достижения этой цели необходимо выполнить следующие задачи:

- изучить функции междометий в английском языке и способы их выражения;
- подобрать эквиваленты для обнаруженных функций междометий в русском языке;
- определить стратегии перевода междометий.

В английском языке есть междометия разных типов (с точки зрения перевода). К первой группе относятся междометия, дословно переводимые на русский язык. Это, например, звукоподражания Oh («О»), Ha! («Ха!»), Bravo! («Браво!»), Hallelujah! («Аллилуйя!») и другие.

Вторая группа – междометия, требующие поиска эквивалента в языке перевода. В этом случае необходимо сначала понять эмоцию, которую они выражают, или суть ситуации, на которую они откликаются. Так, междометие Yikes помогает передать как удивление, так и легкую степень испуга. На русский язык оно чаще всего переводится как «Ой». А

междометие Ugh, выражающее отвращение, в зависимости от контекста может переводиться как «Тьфу», «Брр» или «Буэ».

Отдельного внимания заслуживают междометия, отсылающие к религиозной тематике. Это различные случаи упоминания Господа и черта. Словом Jesus/Gosh носитель английского языка может выразить одобрение, испуг, замешательство, недоумение, раздражение и еще десяток эмоций. Соответственно, на русский язык оно тоже будет переводиться по-разному: «Господи», «Боже», «Господи Иисусе» и даже «Оспидя» – разговорный просторечный вариант, по похожему принципу, вероятно, сформировалось междометие Attaboy (сокращение от That's a boy, в переводе на русский звучит как «Молодчина!»).

Слово «черт» в русском языке часто выступает литературным эвфемизмом для выражений более выраженной эмоциональной окраски. В английском языке ему соответствуют варианты: Damn, Darn, Dang, Argh или Jeez. Переводчику необходимо различать их в тексте, чтобы сохранить значение при переводе.

*А. С. Хачатрян, студ.; рук Е. Б. Старовойтова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АББРЕВИАТУР В ЮРИДИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

Юридический перевод по праву считается одним из наиболее сложных видов профессиональной переводческой деятельности. К числу таких единиц относятся аббревиатуры — сокращения, образованные из начальных букв или слогов словосочетания. В правовых текстах аббревиатуры встречаются повсеместно: в договорах, судебных актах, корпоративной документации, международных соглашениях. При этом основная трудность при переводе юридического текста состоит не только в знании терминологии, но и в понимании правового контекста.

Особую переводческую проблему представляют латинские сокращения. Такие единицы, как *NB* (nota bene), *ibid.* (ibidem), *op. cit.* (opus citatum), *et al.* (et alii), *sic* (sic erat scriptum), *p.a.* (per annum), *re* (in re), *ad hoc*, укоренились в профессиональном языке юристов по всему миру — это закономерное следствие того, что большинство европейских правовых систем восходит к римскому праву с его точностью формулировок и ясностью конструкций. Переводчик, работающий с такими единицами, оказывается перед принципиальным выбором: сохранить латинское сокращение в тексте, снабдив его пояснением, или

передать его содержательный эквивалент средствами языка перевода. Этот выбор зависит от типа документа, его адресата и коммуникативной функции: в текстах, рассчитанных на профессиональную юридическую аудиторию, латинские сокращения, как правило, оставляются без перевода. В документах, предназначенных для широкого круга участников правоотношений, — разворачиваются или поясняются.

Не менее показателен случай аббревиатур организационно-правовых форм иностранных юридических лиц. Такие сокращения, как *Ltd*, *PLC* (Великобритания), *LLC*, *Inc.*, *Corp.* (США), отражают самостоятельные правовые конструкции, сложившиеся в рамках иных правовых систем. Следовательно, их перевод неизбежно носит функциональный характер. Именно такие единицы, не имеющие прямого эквивалента в правовой системе языка перевода, требуют от переводчика индивидуального подхода.

Таким образом, компетентная работа с аббревиатурами в юридических текстах предполагает владение как лингвистическим, так и правовым инструментарием. Выбор переводческой стратегии определяется на основании типа документа и правовой системы его происхождения.

Библиографический список

1. Мартынова Н.А., Матвеева М.С. Перевод и интерпретация юридических текстов: проблемы и языковые особенности // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. — 2022.
2. Попкова Е.М. «Остранение» российских реалий в англоязычных юридических текстах // Теория и практика перевода. — 2012.

*А. Шевелева, студ.; рук. С.Ю. Тюрина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

КАК БРЕНДЫ ПОКОРЯЮТ МИР БЕЗ КУЛЬТУРНЫХ КАТАСТРОФ

В данной работе рассматриваются вопросы перевода рекламы. Почему сложно переводить рекламу? Все потому, что реклама – это не перевод, а трансляция эмоций.

Мы привыкли думать, что работа переводчика – это поиск эквивалентов в словаре. Но в рекламе мы работаем не со словами, а с культурными кодами, ассоциациями и эмоциями. Прямой перевод часто убивает юмор,

обесценивает посыл и может привести к нелепым или даже оскорбительным ситуациям.

Главной задачей является не перевести слоганы, а «переупаковать» целостный образ бренда для новой культуры, сохранив его суть и коммерческий потенциал.

При общении с представителями других культур важно помнить, что их восприятие шуток может кардинально отличаться из-за существующих барьеров:

- Юмор (анекдоты, ирония, сарказм крайне редко пересекают границы без потерь).

- Цвета (белый – цвет свадьбы в Европе и траура в Китае, желтый – символ радости на Западе и траура в Египте).

- Символы и жесты («ОК» в США – это деньги в Японии и оскорбление в Бразилии).

- Исторические и социальные контексты (то, что является нормой в одной стране, может быть болезненной темой в другой).

Например, кампания Pepsi «Come Alive with the Pepsi Generation» в Китае была адаптирована следующим образом – «Pepsi поднимет ваших предков из могил». Не лучшая ассоциация для напитка.

Выделяют три так называемых кита успешного рекламного перевода:

1. Адаптация.
2. Локализация.
3. Интернационализация

Как вообще работает адаптация перевода?

1. Погружение в бриф (переводчик изучает не исходный текст, а цель кампании, портрет целевой аудитории, ключевое сообщение и эмоцию).

2. Мозговой штурм (создается несколько вариантов слоганов, которые выполняют ту же функцию, что и оригинал).

3. Тестирование (проверка вариантов на фокус-группах из целевой страны).

Разберем, как должен выглядеть план действий по успешной адаптации рекламной кампании для международного рынка:

1. Аудит (анализ исходных материалов на предмет «культурных мин»).

2. Выбор команды (привлечение не просто переводчиков, а носителей языка с опытом в копирайтинге и маркетинге).

3. Адаптация и локализация контента.

4. Внутреннее ревью.

5. Внешнее тестирование (проверка на фокус-группах).

6. Запуск и мониторинг (оценка реакции аудитории и внесение правок при необходимости).

Идеальная локализация рекламы приводит к тому, что у потребителя возникает полное ощущение, что это сообщение было создано специально для него. Успешная кампания говорит с аудиторией на ее языке, шутит ее шутками и трогает за ее сердечные струны. Инвестируя в профессиональную адаптацию, вы инвестируете в репутацию бренда и его долгосрочные отношения с клиентом.

*А.А. Шевелева, студ.; рук. Е.Б. Староверова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

Право регулирует жизнь общества и государства, а юридическая документация фиксирует правовые аспекты и операции, следовательно, переводчик в процессе своей деятельности должен обращать особое внимание на правовые документы, поскольку в понимании и учете особенностей перевода юридической документации и заключается основная сложность работы.

Главное требование к переводу юридических текстов – максимальная точность: недопустима синонимическая вариативность, требуется единообразие терминологии и передача всех элементов, включая избыточные. Лексические особенности юридического английского включают архаизмы и книжные слова (*hereby, hereof, whereof, whereas, aforesaid, such* в значении «вышеупомянутый»), латинизмы (*inter alia, prima facie, mutatis mutandis, bona fide, de facto / de jure*), французские заимствования (*attorney, defendant, plaintiff, tort, lien, lessor/lessee*) и парные синонимы (*doublets/triplets: null and void, terms and conditions, cease and desist*). Особое внимание уделяется модальным глаголам: *shall* выражает юридическую обязанность (не заменять на *must/will* в договорах и законах), *may* – разрешение, *will* используется редко (в основном в гарантиях и заявлениях сторон).

Синтаксические особенности: длинные сложносочиненные предложения (не разбивать, если это разрушит логику), пассивный залог (чаще, чем в обычном английском, но в современных договорах рекомендуют активный залог), номинативные конструкции (отглагольные существительные типа *upon execution of this Agreement*). Что касается стилистических регистров, классический стиль (судебные решения, законы, иски) требует архаизмов, дублетов и длинных предложений, тогда как движение Plain English в международной коммерции избегает *hereby, thereof* и

shall, заменяя их на must, will и более простые конструкции. Самый сложный аспект – учет различий в правовых системах: русское право (континентальное) и англо-американское (общее право). Например, доверенность переводится как power of attorney (не проху), общество с ограниченной ответственностью – как LLC или Ltd в зависимости от юрисдикции, убытки – как losses, damages или injury. Переводчик должен использовать нейтральные описания, пояснения в скобках или функциональные аналоги с указанием юрисдикции. При работе с аббревиатурами латинские сокращения оставляют без изменений, русские аббревиатуры (ООО, ПАО) переводят как LLC, PLC с учетом правового статуса, а ссылки на дела оформляют в стандартном англо-американском формате. Важны также оформление и форматирование: заглавные буквы для определенных терминов (Agreement, Party, Seller, Effective Date), выделение заголовков и определений (полужирный, курсив), строгая нумерация разделов и подразделов.

Таким образом, успешный перевод требует от специалиста знания особенностей юридического английского, понимания различий между правовыми системами, владения разными стилистическими регистрами и педантичной точности – только так обеспечивается юридическая сила переведенного документа и отсутствие разночтений.

Библиографический список

1. Киндеркнехт А.С. Особенности перевода юридических текстов // Ученые записки Орловского государственного университета. Орел: Изд-во Орловск. гос. ун-та, 2015. С. 123-127.
2. Сворцов О.Г. Перевод деловой и юридической документации. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. 139 с.

СЕКЦИЯ 6

СТРАНЫ ИЗУЧАЕМОГО ЯЗЫКА: ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

**Председатель – к. филол. наук Кулагина М.А.
Секретарь – к. филол. наук Тюрина С.Ю.**

*А С.А. Анисимова, М.И. Борцова, Т.С. Власова, А.А. Фоминых,
студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

THE BULL, THE BEAR, AND BEYOND: ANIMAL SYMBOLS OF WALL STREET

Wall Street, the financial heart of the United States, speaks a language of numbers, charts, and quarterly reports. Yet, beneath this cold arithmetic lies a vibrant zoo of animal symbols. The charging bull and the hibernating bear are only the most famous inhabitants. A closer look reveals lions, ostriches, stags, wolves, dead cats, and even unicorns — each representing a distinct market phenomenon, investment strategy, or psychological state. These animal metaphors are not mere journalistic whimsy. They shape how traders, investors, and the public conceptualize the chaotic, often irrational movements of financial markets. This paper explores the origins, meanings, and cultural significance of Wall Street's bestiary, arguing that animal symbols serve as cognitive shortcuts that transform abstract economic forces into intuitive, emotionally resonant narratives. Understanding this menagerie is essential to understanding how financial professionals and the broader public make sense of boom, bust, and everything in between.

The most iconic animal pair in finance is, unquestionably, the bull and the bear. A bull market describes a prolonged period of rising asset prices, typically accompanied by investor optimism, economic growth, and high employment. Conversely, a bear market describes falling prices, pessimism, contraction, and often recession. The origins of these terms are debated but fascinating. One theory points to how the animal's attack. A bull thrusts its horns upward, lifting its opponent — symbolizing rising prices. A bear swipes its paws downward, pushing its opponent to the ground — symbolizing falling prices. An alternative etymology traces to an old proverb: "Do not sell the bear's skin

before you catch the bear" — referring to risky speculation. A third explanation involves fur traders: middlemen who sold bear skins they had not yet acquired, effectively selling short.

Whatever the true origin, the bull and bear have become physical presences on Wall Street. Arturo Di Modica's "Charging Bull" statue, installed illegally (and later legally) in Bowling Green Park in 1989, is one of New York City's most photographed monuments. Cast in bronze and weighing 3,200 kilograms, the bull represents aggressive financial optimism, strength, and the American can-do spirit. Tourists queue to touch its horns for good luck in the markets. Across from the bull stands a later addition: the "Fearless Girl" statue, commissioned by an investment firm and installed in 2017. She stands defiantly, hands on hips, staring down the bull — a symbol of gender diversity in corporate leadership. Together, the bull and the girl create a fascinating dialogue between raw market power and social progress.

Wall Street's animal lexicon extends far beyond the famous pair. Consider the stag. A stag market describes a situation where prices move within a narrow range, neither bull nor bear gaining dominance. The term evokes a male deer, which moves cautiously, testing the ground before committing. Stag markets frustrate traders because directional bets — buying in anticipation of rising prices or selling in anticipation of falling prices — fail to generate profits. Options strategies designed to profit from low volatility, such as iron condors, become popular during these sideways periods.

The wolf is perhaps the most morally charged animal in finance. Wolves of Wall Street are predatory, aggressive traders and financiers who operate at the edge of legality. The term gained popular currency through Jordan Belfort's memoir and Martin Scorsese's film, depicting a world of pump-and-dump schemes, securities fraud, and unapologetic excess. Unlike the bull's respectable optimism, the wolf carries connotations of ruthlessness, pack hunting, and a willingness to devour the weak. In regulatory discourse, the Securities and Exchange Commission is said to "guard the henhouse against wolves" — though critics note the ambiguity of who guards the henhouse from the foxes wearing sheep's clothing.

The pig represents greed without strategy. An old Wall Street adage warns: "Bulls make money, bears make money, but pigs get slaughtered." Pigs are investors who become greedy, refusing to take reasonable profits because they obsess over extracting every last dollar. Pigs hold too long, chase unrealistic returns, and ignore risk management. The pig is a cautionary symbol — a reminder that markets punish excess, regardless of whether the excess is fear or greed.

The sheep represents the herd. Sheep investors follow the crowd, buying when others buy and selling when others sell, without independent analysis.

Sheep are the prey of wolves, the fuel of bubbles, and the panic-sellers of crashes. Behavioral finance demonstrates that herding is not merely moral weakness but a cognitive bias: humans evolved to follow the group for safety, but in financial markets, safety lies in contrarian thinking.

The dead cat is the subject of a famous technical analysis phrase: "dead cat bounce." A dead cat bounce refers to a temporary, superficial recovery in asset prices following a sharp decline, before the downtrend resumes. The morbid image is intentionally vivid: even a dead cat, dropped from sufficient height, will appear to bounce. Traders use the term to warn against mistaking a short-lived rally for a genuine trend reversal. The dead cat bounce lures inexperienced bulls into buying, only to watch prices fall further.

The unicorn represents the venture capital world. A unicorn is a privately held startup valued at over \$1 billion. The term, coined by venture capitalist Aileen Lee in 2013, was originally intended to highlight the rarity of such companies. However, the subsequent decade saw an explosion of unicorns, particularly in technology sectors. Critics argue that "unicorn" has lost its magical rarity and become a marketing label. Nevertheless, the symbol persists, representing the promise (and often the fantasy) of exponential growth.

The ostrich, while less famous, describes a dangerous investor behavior: the ostrich effect. Ostriches are said to bury their heads in the sand when threatened (a myth, but a powerful metaphor). In finance, the ostrich effect refers to investors avoiding information about their portfolios during market downturns. They refuse to open brokerage statements, ignore margin calls, and delay tax-loss selling. This avoidance behavior is psychologically protective in the short term but financially destructive in the long term. The ostrich investor watches losses compound because acknowledging them feels too painful.

Financial markets are complex, abstract, and deeply uncertain. Animal symbols reduce this complexity into manageable, memorable chunks. No one has ever seen a "bull market" — but everyone can visualize a charging bull. These metaphors provide emotional shorthand. A bear market triggers caution, a pig market triggers contempt, a wolf triggers suspicion. Furthermore, animals allow investors to externalize psychological states. Instead of saying "I am irrationally optimistic," a trader says "the market is bullish." Instead of "I am panicking," they say "bears are taking over." This linguistic shift transforms uncomfortable personal emotions into objective market descriptions — a subtle but powerful psychological maneuver.

Wall Street's animal symbols are far more than colorful slang. They constitute a parallel language for understanding risk, reward, and human behavior under uncertainty. The bull, the bear, the stag, the wolf, the pig, the sheep, the dead cat, the unicorn, and the ostrich each encode a distinct market logic or investor psychology. Learning these symbols is a form of financial literacy —

a way of naming the forces that shape wealth and poverty. The next time you hear that the bull is charging or the bear is growling, remember: you are not listening to economics. You are listening to a very old human tradition of explaining the world through the creatures we fear, admire, and recognize in ourselves.

*И.А. Белехов, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

FREEDOM ON FOUR WHEELS: THE RISE, REIGN, AND REIMAGINING OF AMERICAN CAR CULTURE

No single invention has shaped the physical landscape, social habits, and collective identity of the United States more profoundly than the automobile. American car culture is not merely a transportation system; it is a defining mythology of freedom, individualism, and mobility. From the cross-country road trip to the drive-in movie theater, from suburbia's sprawling parking lots to the roar of NASCAR engines, the car has been woven into the very fabric of what it means to be American. However, this culture, born in the early twentieth century and triumphant in the postwar era, now faces unprecedented challenges. Rising fuel costs, environmental concerns, the resurgence of cities, and the rise of autonomous and shared mobility are forcing a fundamental reimagining of America's love affair with the automobile. This paper traces the historical development of US car culture, explores its key manifestations, and examines the contemporary tensions that will define its future.

The birth of American car culture can be traced to a single transformative vehicle: the Ford Model T. Introduced in 1908 and perfected through assembly-line production starting in 1913, the Model T did not invent the automobile, but it democratized it. By drastically reducing costs, Henry Ford placed car ownership within reach of the middle class, transforming the automobile from a wealthy eccentric's toy into a practical tool for millions. The cascading effects were immediate and revolutionary. The car liberated Americans from the tyranny of railroad schedules and fixed routes. A farmer could drive to town, a family could visit relatives in the next county, and a young couple could escape the supervision of parents. Mobility became synonymous with opportunity.

The 1920s and 1930s saw the first flowering of car-centric infrastructure. Gas stations, roadside diners, motels ("motor-hotels"), and used car lots multiplied along newly paved highways. Yet it was the postwar period following 1945 that truly cemented the car's dominance. The Interstate Highway System,

authorized by the Federal Aid Highway Act of 1956, funneled billions of dollars into a network of 47,000 miles of high-speed roads connecting every major American city. Simultaneously, federal housing policies encouraged suburbanization. The result was a self-reinforcing cycle: families moved to suburbs, requiring cars to commute to urban jobs; the demand for cars spurred more highway construction; highways enabled further suburban sprawl. By the 1970s, much of America had been physically remade in the image of the automobile.

American car culture is not monolithic. It encompasses several distinct, overlapping phenomena. First and most obviously, there is the centrality of driving to daily life. In most US cities outside the Northeast corridor, public transit is inadequate, infrequent, or nonexistent. A car is not a luxury but a prerequisite for employment, healthcare, education, and grocery shopping. The average American drives approximately 14,000 miles per year, and millions commute an hour or more each way. This practical dependence has psychological consequences: to be without a car is to be, in a very real sense, stranded.

Second, the automobile has generated rich leisure traditions. The road trip, celebrated in literature from Jack Kerouac's *On the Road* to John Steinbeck's *Travels with Charley*, is a secular pilgrimage of self-discovery. Drive-in movie theaters, now mostly extinct, once offered a unique blend of cinema, privacy, and automotive comfort. Car shows and "cruising" — driving slowly along a designated strip to see and be seen — have been rites of passage for generations of teenagers. The annual Woodward Dream Cruise in Michigan draws over a million spectators to celebrate classic cars.

Third, motorsports represent the apotheosis of car worship. NASCAR (National Association for Stock Car Auto Racing), with its roots in Southern bootleggers outrunning law enforcement, has grown into a multi-billion-dollar spectacle. Unlike Formula 1's European sophistication, NASCAR celebrates raw power, close drafting, and the endurance of drivers tackling oval tracks at 200 miles per hour. Drag racing, monster truck rallies, and the legendary Indianapolis 500 further demonstrate the American appetite for automotive competition.

Fourth, and perhaps most distinctively, the car has been a blank canvas for personal expression. Customization culture — from lowriders in East Los Angeles to "donk" cars on oversized rims to lifted pickup trucks in rural Texas — allows owners to project identity through their vehicles. The car is not merely a machine but an extension of the self, modified to signal wealth, taste, ethnicity, or rebellion.

For all its romantic associations, American car culture has a shadow. The environmental toll is staggering. Transportation accounts for approximately 29% of US greenhouse gas emissions, the majority from light-duty vehicles.

Sprawl consumes farmland and natural habitat, while impervious parking lots contribute to stormwater runoff and urban heat islands. Traffic congestion wastes billions of hours and billions of dollars in lost productivity annually. More devastatingly, car crashes kill over 40,000 Americans each year — the equivalent of a full commercial jetliner crashing every single week. The car's promise of freedom has also produced isolation: suburban subdivisions designed without sidewalks, shopping malls accessible only by car, and a built environment that penalizes walking, cycling, and public transit.

Entering the mid-2020s, American car culture stands at a crossroads. Three forces are driving change. The first is electrification. Tesla demonstrated that electric vehicles could be desirable, not just dutiful. Legacy automakers have followed with aggressive electrification pledges, and government incentives aim to accelerate the transition. However, charging infrastructure remains uneven, and the fun of a roaring V8 engine does not translate easily to silent electric motors. Car culture will survive electrification, but its sensory texture will change.

The second force is automation. Autonomous vehicles, once futuristic hype, are gradually appearing in limited deployments. If full self-driving becomes reliable and affordable, the meaning of car ownership itself may shift. Will Americans own vehicles that drive themselves, or will they subscribe to robotaxi services? Will the emotional connection to driving survive when one is merely a passenger?

The third force is cultural and generational shift. Millennials and Gen Z exhibit lower rates of driver's license acquisition, lower car ownership, and greater openness to transit, cycling, and ride-hailing than their baby boomer predecessors. For the first time in a century, the car's centrality to American life is not guaranteed.

Yet predictions of the car's death are exaggerated. The sheer scale of existing infrastructure — the roads, parking lots, dealerships, repair shops, and fuel stations — creates enormous inertia. Moreover, the emotional bond to driving remains powerful. A teenager's first car, a cross-country move loaded with belongings, the freedom of an open highway on a summer night — these are not easily replaced by an app. American car culture will not disappear. It will evolve, hybridize, and perhaps mature. The love affair with the automobile may cool from obsession to comfortable companionship. But the road, as always, remains open.

*Д.Е. Григорьева, Кудрявцева П.В., студ.;
рук. М.А.Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

THE U.S. ELECTION SYSTEM: STRUCTURE, CONTROVERSIES, AND REFORM PERSPECTIVES

The United States election system is often described as one of the most complex and decentralized electoral frameworks in the democratic world. Unlike many countries that operate under a single national election commission, the U.S. system distributes authority across state and local governments. This structural choice, rooted in the U.S. Constitution and federalist principles, creates both resilience and inconsistency. Understanding the American electoral process requires examining its core components: decentralization, the Electoral College, primary elections, voter turnout patterns, and the growing debates over access and integrity.

The most fundamental feature of the U.S. election system is its decentralization. There is no federal agency that runs elections. Instead, each of the fifty states, along with the District of Columbia, establishes its own voting laws, registration procedures, polling locations, ballot designs, and vote-counting methods. The federal role is largely limited to enforcing civil rights protections (e.g., the Voting Rights Act of 1965) and setting minimal equipment standards (e.g., the Help America Vote Act of 2002). This decentralization means that a voter in Oregon automatically receives a mail-in ballot, while a voter in New Hampshire must register in person and show identification at a polling place. Such variation is not accidental—it reflects the founders' distrust of concentrated federal power. However, it also produces disparities in turnout, wait times at polls, and vulnerability to administrative error. After the 2000 presidential election, which was effectively decided by ballot design issues in Florida, Congress attempted to standardize certain practices, but state autonomy remains overwhelmingly dominant.

The presidency is not won by popular vote but by the Electoral College. Most voters are aware that they cast a ballot for a candidate, but they are technically voting for a slate of electors pledged to that candidate. Each state receives a number of electors equal to its total congressional delegation—House plus Senate. With 435 House members, 100 senators, and 3 electors for Washington, D.C., the total is 538. A candidate needs an absolute majority of 270 to win. In forty-eight states and D.C., the winner of the state's popular vote receives all of its electoral votes (the "winner-take-all" rule). Only Maine and Nebraska use a district-based proportional system.

The Electoral College has produced five presidential elections—1824,

1876, 1888, 2000, and 2016—in which the winner lost the national popular vote. This discrepancy arises because small states receive a slight boost from their two “Senate” electors, and because large states become hyper-competitive battlegrounds where a few thousand votes can flip all of a state’s electors. Proponents argue that the Electoral College protects rural interests and forces candidates to build geographically broad coalitions. Opponents call it an antiquated and anti-democratic relic. Public opinion polls consistently show a majority of Americans favor a direct popular vote, but amending the Constitution to abolish the Electoral College would require a two-thirds vote in both houses of Congress and ratification by three-fourths of the states—a near-impossible threshold in today’s polarized environment.

Before the general election, presidential candidates must secure their party’s nomination through a series of state-level primaries and caucuses. This system emerged from the reforms of the 1970s, which replaced the previous system of party-broker control with direct voter participation. Primaries are state-run elections in which voters select their preferred candidate. Caucuses are local meetings organized by parties, involving public discussion and hand-counted votes; they are now rare, with only Iowa and a few other states retaining a significant caucus process. The primary calendar grants enormous influence to early states—Iowa, New Hampshire, Nevada, and South Carolina. Candidates who perform poorly in these early contests often drop out before most Americans have voted.

Both major parties also employ superdelegates or unpledged delegates, though their role has been reduced. Superdelegates are Democratic party officials and officeholders who can vote for any candidate at the national convention. This mechanism was designed to give party leaders a moderating influence, but after the 2016 controversy—when superdelegates were initially counted in ways that favored Hillary Clinton over Bernie Sanders—the Democratic Party limited their power on the first ballot. The Republican Party has a similar but less influential system of unpledged delegates. Overall, the primary system democratized the nomination process but also extended the campaign season to nearly a full year and increased the influence of money, media, and extreme partisans (who are more likely to vote in primaries than moderate voters).

One of the most widely cited weaknesses of the U.S. election system is low voter turnout compared to other developed democracies. In presidential elections, turnout among the voting-eligible population typically ranges from 50% to 65%. In the high-turnout 2020 election, it reached 66.8%—the highest since 1900. Midterm elections (when no president is on the ballot) see turnout drop to around 40%. Local elections often fall below 15%. By contrast, countries like Australia (with compulsory voting), Sweden, and Germany regularly

achieve turnout above 75% or 80%. Researchers have identified multiple barriers specific to the U.S. system: voter registration is the responsibility of the citizen, not the government; Election Day is a regular workday (Tuesday) rather than a weekend or holiday; polling places can be few and far between in low-income areas; and felony disenfranchisement laws permanently strip voting rights from millions of citizens, disproportionately affecting Black and Latino communities. States that have adopted same-day registration, automatic voter registration, or universal vote-by-mail consistently show significantly higher turnout.

Two additional structural features distort the U.S. election system: campaign finance and redistricting. Following the Supreme Court's *Citizens United v. FEC* (2010) decision, corporations and unions may spend unlimited amounts on independent political advertising. Super PACs and "dark money" organizations (which do not disclose their donors) now dominate election spending. Total spending on the 2020 election cycle exceeded \$14 billion, making U.S. elections the most expensive in the world. Meanwhile, political gerrymandering—the drawing of legislative districts to favor one party—has become increasingly sophisticated. State legislatures (or independent commissions in a minority of states) redraw district boundaries every ten years after the Census. Using precise voter data, mapmakers can "pack" opposition voters into a few districts or "crack" them across many districts to reduce their overall representation. The Supreme Court ruled in 2019 that partisan gerrymandering is a "political question" beyond federal court review, effectively legalizing the practice. Racial gerrymandering, however, remains illegal under the Voting Rights Act.

The U.S. election system is a product of 18th-century compromises layered with 20th-century reforms and 21st-century legal decisions. It is simultaneously democratic and anti-democratic, innovative and archaic. The decentralized structure protects against federal overreach but produces unequal voting experiences. The Electoral College amplifies small-state influence but can override the popular will. Primaries empowered voters but extended campaigns and increased division. Low turnout, money in politics, and gerrymandering have led to widespread public dissatisfaction, with only about 20% of Americans saying they are very confident in the electoral system. Proposed reforms include abolishing the Electoral College (via the National Popular Vote Interstate Compact as a workaround), adopting ranked-choice voting, establishing independent redistricting commissions, making Election Day a federal holiday, and implementing automatic voter registration. Each reform faces stiff political opposition, but the growing sense of democratic fragility suggests that the U.S. election system may not remain static for much longer. The coming decade will likely determine whether the United States modernizes its electoral machinery

or continues to operate under rules designed for a small, agrarian republic.

*М.В. Грудкин, студ.; рук. М.А.Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТВОРЧЕСТВА БРИТАНСКОЙ МЕТАЛ-ГРУППЫ SKINDRED

В современном лингвострановедении всё большее значение приобретает анализ не только классических литературных текстов, но и актуальных феноменов массовой культуры, в частности — музыки. Творчество британской группы *Skindred* (жанр «рагга-метал») представляет собой уникальный материал для исследования, поскольку в нём пересекаются несколько культурных кодов: валлийская региональная идентичность, наследие поколения *Windrush* (карибская диаспора в Великобритании) и современная мультикультурная среда.

В ходе работы был проведён лингвострановедческий анализ текстов песен, названия группы и сопутствующих культурных артефактов (например, совместной футбольной формы с клубом *Newport County*, выпущенной в 2025 г.). Исследование показало, что *Skindred* сознательно используют языковую игру (название образовано от *kindred* — «родственный» — и *dreadlocks*), региональный сленг (например, «*Newport Helicopter*» как обозначение локального слэм-движения) и социополитическую лексику, отражающую проблемы расового единства и классового неравенства.

На рис. 1 представлена схема основных культурно-языковых уровней, репрезентируемых группой: от валлийской топонимики до карибского патуа в вокальных партиях фронтмена Бенжи Уэббэ.

Таким образом, материал группы *Skindred* позволяет не только проиллюстрировать феномен мультикультурной Британии, но и выявить конкретные языковые маркеры региональной, этнической и социальной идентичности. В отличие от традиционно рассматриваемых в лингвострановедении исполнителей (*The Beatles*, *Iron Maiden*), *Skindred* дают возможность исследовать гибридные формы современной британской культуры через синтез жанров, сленга и визуальных практик. Рекомендуется использовать их творчество в курсах по лингвострановедению как кейс для изучения постколониального дискурса и языкового разнообразия Великобритании.



Рис. 1. Компоненты лингвострановедческого анализа творчества Skindred

Библиографический список

1. Skindred. Википедия — свободная энциклопедия. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Skindred> (дата обращения: 16.04.2026).

*Д.П. Долакидзе, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

MITHER TONGUES: THE DIALECTS OF SCOTLAND AND THE FIGHT FOR LINGUISTIC SURVIVAL

Scotland possesses one of the most complex and contested linguistic landscapes in the English-speaking world. It is not a monolingual nation. Visitors expecting to hear only "standard" English encounter instead a rich tapestry of speech forms: the distinctive rolled r's and Scots vocabulary of the Northeast, the Gaelic-influenced cadences of the Hebrides, and the grittier, urban dialects of Glasgow and Edinburgh. These are not mere accents but distinct dialects — and in the case of Scots, a language recognized by the European Charter for Regional or Minority Languages. Yet for centuries, Scottish dialects have been stigmatized as "slang," "bad English," or "peasant talk." Speakers have been corrected in classrooms, mocked in media, and pressured to adopt standard Southern English pronunciation. This paper explores the major dialect regions of Scotland, their historical roots, their structural features, and the contemporary challenges they face. Understanding Scotland's dialects is not a niche linguistic exercise but a window into questions of identity, power, and cultural resilience.

Any discussion of Scottish dialects must first untangle three distinct but overlapping categories. Scottish Gaelic is a Celtic language, brought from Ireland between the 4th and 6th centuries, once spoken across most of Scotland

but now confined primarily to the Western Isles, parts of the Highlands, and Glasgow's Gaelic-speaking communities. Gaelic is not a dialect of English; it is a separate language descended from Old Irish, with its own verb-subject-object word order, initial consonant mutations, and a vocabulary largely unintelligible to English speakers. According to the 2022 census, approximately 1.1% of Scotland's population (around 58,000 people) speak Gaelic, though revitalization efforts in education have stabilized these numbers.

Scots, in contrast, is a Germanic language that evolved from the Northumbrian dialect of Old English, spoken in the Kingdom of Northumbria (modern-day Northern England and the Scottish Lowlands) from the 7th century onward. By the 14th century, Scots had become the state language of an independent Scotland, producing a rich literary tradition including John Barbour's *The Brus* (1375) and the work of Robert Burns in the 18th century. The union of the Scottish and English crowns in 1603 and the parliaments in 1707 began a long process of language shift, as Scots was gradually replaced by English as the language of law, education, and polite society. Today, estimates of Scots speakers vary wildly — from 1.5 million to over 2.5 million — depending on whether one counts only "full" speakers or those who code-switch between Scots and English.

Scottish English, finally, is a distinct national variety of Standard English, characterized by unique phonological, lexical, and grammatical features. It is the language of most Scottish media, government, and education. Crucially, Scottish English exists on a continuum: a speaker from Aberdeen may use vocabulary and syntax very close to the local Scots dialect (the "broad" end), while a newsreader on BBC Scotland uses Scottish English that is mutually intelligible with standard Southern English but retains clear Scottish pronunciation (the "light" or "standard" end). Most Scots code-switch along this continuum depending on context, audience, and social identity.

The traditional division of Scots dialects recognizes four main geographical groupings: Insular Scots (Orkney and Shetland), Northern Scots (the Highlands and Northeast, including Caithness, Sutherland, Aberdeenshire, and Moray), Central Scots (the Scottish Midlands, including Edinburgh, Glasgow, and the Lothians), and Southern Scots (the Borders, Dumfries, and Galloway). Additionally, Ulster Scots is spoken in Northern Ireland by descendants of Scottish settlers.

Insular Scots, particularly the dialect of Shetland, is the most distinctive and, to outsiders, the most difficult to understand. It retains significant Norse influence from the period when Shetland was part of the Kingdom of Norway. The Shetland dialect preserves Old Norse vocabulary and grammatical forms lost elsewhere. A Shetlander might say "Du is a göd peerie ting" (You are a good little thing), where "du" (you, from Old Norse *pú*) and "peerie" (small,

from Old Norse *smár* but transformed) reveal the Viking substrate. Orkney shares similar Norse features but has been more heavily Anglicized due to closer proximity to the mainland.

Northern Scots, especially the dialect of Aberdeenshire known as Doric, is perhaps the most celebrated and stereotyped Scottish dialect. Doric derives its name from the Doric Greek dialect — a comparison that reflects the perception of Aberdonian speech as rustic, earthy, and distinct from the "Attic" refinement of Edinburgh. Doric vocabulary is famously colorful: "fit" (what), "far" (where), "fan" (when), "gin" (if), "aye" (yes), "nae" (no), "muckle" (big), "wee" (small), "bairn" (child), "loon" (boy), "quine" (girl), "coo" (cow), "hoose" (house), "moose" (mouse). Doric also preserves grammatical features lost in standard English, such as the use of "thou" and "thee" in some rural communities — "thou's" meaning "you are." The negative particle can be suffixed: "dinna" (do not), "canna" (cannot), "winna" (will not), "maunna" (must not).

Central Scots dialects — including Edinburgh (the Lothian dialect) and Glasgow — form the linguistic heart of Scotland, spoken by the majority of the population. Edinburgh dialect is historically more conservative, closer to the Scots of the 18th-century literati. Glasgow dialect, by contrast, has been shaped by massive 19th- and 20th-century immigration from Ireland and the Highlands. The Glasgow dialect is characterized by rapid speech, vowel shortening, and unique slang such as "pure" (very, extremely), "dead" (also very), "radge" (crazy or angry), "stocious" (drunk), "wean" (child, from "wee one" rather than "bairn"), and "boggin" (disgusting). Grammatically, Glasgow dialect often uses "no" as a tag question ("That's right, no?" meaning "Isn't that right?").

Southern Scots, spoken in the Borders, shares features with Northern English dialects (Northumbrian, Geordie). The vowel system differs markedly from Central Scots: "hoose" becomes "huse," "coo" becomes "cu," "aboot" becomes "about" with a different vowel quality. Southern Scots has been more heavily influenced by Standard English due to proximity to England and cross-border media.

Despite regional variation, Scottish dialects share core phonological features that distinguish them from standard Southern English (Received Pronunciation). The most iconic is the "Scottish" or "post-vocalic" r. Unlike Southern English, which is largely non-rhotic (dropping r after vowels, as in "car" pronounced "cah"), Scottish dialects are rhotic: the r is pronounced in all positions, often as an alveolar tap or trill. "Car," "farm," "mother" all contain an audible r. This feature immediately marks Scottish speech to English ears.

The distinction between the vowels in "cot" and "caught" — known as the cot-caught merger — exists in most Scottish dialects, meaning the two words

are pronounced identically. Similarly, the vowels in "pull" and "pool" are often merged, causing potential confusion. The "ch" sound (velar fricative) appears in words like "loch" (lake) and "dreich" (dreary, wet weather), a sound absent from most English dialects.

Grammatically, Scottish dialects often use "yes/no" question forms differently. "Will you not be coming?" might become "Will you no be comin'?" The past tense of "to be" is frequently "wiz" for all persons: "I wiz, you wiz, he wiz, we wiz." The present perfect is often replaced by simple past: "I done it" rather than "I have done it." The definite article is used before hospital, church, school in ways that differ from English: "She's in hospital" (Scottish) versus "She's in the hospital" (American) — though this aligns more with British than American usage.

The history of Scottish dialects is a history of linguistic shame. From the 18th century onward, Scots was systematically excluded from education. Children were punished — sometimes physically — for speaking Scots in the classroom. Generations internalized the message that their native speech was vulgar, backward, and a barrier to social advancement. This attitude persists. Research shows that Scottish speakers continue to code-switch away from Scots in formal contexts, often without conscious awareness. They "correct" themselves, softening their accent, replacing Scots vocabulary with English equivalents, and suppressing grammatical features that might mark them as provincial.

However, the tide is turning. The Scottish government has adopted a Scots Language Policy (2015) and a Gaelic Language Plan (revised regularly). Scots is now offered as a subject in some schools, though implementation is patchy. The rise of Scottish literature in translation — works by Irvine Welsh (written in Edinburgh Scots) and Shetland's Christine De Luca — has introduced dialects to new audiences. Social media has allowed dialect speakers to find community and validation, producing memes, poetry, and commentary in local forms. The BBC has increased dialect representation in programming, with subtitles provided for viewers unfamiliar with Doric or Shetlandic.

Yet challenges remain. Gaelic, despite revitalization efforts, continues to decline in native-speaking heartlands. Scots lacks official status in the United Kingdom — unlike Welsh, which is fully recognized. Most importantly, the attitude that dialects are "incorrect" English persists among educators, employers, and even some speakers themselves. To speak a dialect is still, in many contexts, to be perceived as less intelligent, less educated, or less professional.

The dialects of Scotland are not museum pieces or quaint curiosities. They are living, evolving systems of communication, rich with history and identity. A Shetland crofter speaking Norse-influenced Scots, a Glasgow teenager using "pure dead brilliant" to describe a football match, a Gaelic schoolchild reciting

poetry in a language their great-grandparents were forbidden to speak — each is engaged in an act of cultural resistance. Understanding Scotland's dialects means recognizing that linguistic diversity is not a problem to be solved but a treasure to be protected. The mother tongue, in all its varied forms, continues to speak. Whether the world listens is another question.

*А. С. Дубровина, студ.; рук. М. А. Кулагина, к. ф. н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ARCHITECTURE OF THE UNITED STATES: FROM COLONIAL ROOTS TO GLOBAL MODERNISM

The architecture of the United States is a rich and complex tapestry, reflecting the nation's immigrant history, geographic diversity, technological innovation, and shifting cultural values. Unlike European countries with millennia of indigenous architectural development, the United States offers a unique story of appropriation, adaptation, and ultimately, invention. From the first European settlements to the rise of the skyscraper and the global dominance of modernist design, American architecture has moved from imitating Old World styles to exporting new visions across the planet. Understanding this evolution requires examining key periods: colonial beginnings, 19th-century revivals, the birth of the skyscraper, the Arts and Crafts and Prairie School movements, and the triumph of modernism and postmodernism.

The earliest European buildings in North America were necessarily pragmatic, using locally available materials—timber, stone, brick, and clay—to replicate familiar forms from England, Spain, France, and the Netherlands. In New England, settlers built simple wooden saltbox houses with steeply pitched roofs and central chimneys, adapted from English medieval precedents but modified to withstand harsh winters. In the mid-Atlantic region (New York, Pennsylvania, New Jersey), Dutch and German influences produced houses with flared eaves and fieldstone walls. The Southern colonies, particularly Virginia and South Carolina, developed a distinct plantation architecture: grand Georgian-style mansions with symmetrical facades, brick construction, and large double porches (often called "piazzas") designed to catch summer breezes. Perhaps the most emblematic colonial building is Thomas Jefferson's Monticello (1772–1809), which blended English Georgian forms with neoclassical elements Jefferson had studied in France. Monticello's octagonal dome, innovative use of natural light, and integration of building into landscape marked the first truly original American architectural statement. Simultaneously, the Spanish colonial tradition flourished in Florida, Texas, and California,

producing churches and missions with smooth stucco walls, bell towers, and arched courtyards—forms that would be revived a century later.

After the American Revolution, the new republic sought architectural symbols that distanced it from British rule. The Federal style (1780–1820), championed by Charles Bulfinch in Boston and Benjamin Latrobe in Washington, D.C., refined Georgian symmetry with lighter ornament, oval rooms, and Roman-inspired details such as eagles and swags. Latrobe, whom Jefferson appointed Surveyor of Public Buildings, introduced elements of Greek revival to the U.S. Capitol partially built. The Greek Revival proper (1820–1850) became the first truly national style. Americans saw self-governing ancient Greece as a spiritual ancestor, and Greek temple forms—pediments, Doric and Ionic columns, low-pitched roofs—were applied to everything from banks and courthouses to plantation houses and modest farmhouses. William Strickland's Second Bank of the United States in Philadelphia (1824) remains a masterpiece of the genre. Meanwhile, the Gothic Revival, promoted by Andrew Jackson Downing, offered a romantic alternative for rural churches and suburban villas, with pointed arches, steep gables, and picturesque asymmetrical massing.

No architectural innovation is more distinctly American than the skyscraper. Two technological breakthroughs enabled tall buildings: the development of structural steel frames (which eliminated the need for thick masonry load-bearing walls) and the safety elevator, perfected by Elisha Otis in 1853. Chicago, rebuilt after the Great Fire of 1871, became the laboratory for this new building type. The Home Insurance Building (1885, by William Le Baron Jenney, demolished) is widely considered the first skyscraper. A group of architects known as the Chicago School—including Louis Sullivan, Dankmar Adler, William Holabird, and Martin Roche—transformed commercial necessity into art. Sullivan famously declared that "form follows function," an axiom that became foundational for twentieth-century modernism. His Guaranty Building in Buffalo (1895) clad its steel frame in terra cotta ornament that expressed the building's vertical structure and internal functions without historical quotation. The Chicago School's "Chicago window"—a fixed large pane flanked by two double-hung sashes—became a signature element. Simultaneously, in New York, architects faced different constraints (narrower lots, higher land values, and older building codes), leading to soaring towers like the Flatiron Building (1902, Daniel Burnham) and later the Woolworth Building (1913, Cass Gilbert), a Gothic-inspired "cathedral of commerce."

While the skyscraper addressed urban density, Frank Lloyd Wright sought a truly American architecture for the expansive Midwest. Wright, who worked for Louis Sullivan before striking out on his own, rejected both European historical revivals and the box-like forms of conventional houses. He developed

the Prairie School style, characterized by horizontal lines, low-pitched roofs with broad overhanging eaves, open floor plans, bands of casement windows, and integration with the landscape. The Robie House in Chicago (1910) exemplifies these principles: it appears to grow out of the earth, with brick and limestone planes stretching horizontally like the prairie itself. Wright's concept of "organic architecture" held that a building should be designed as a unified whole, with furniture, lighting, and even stained glass custom-designed for each project. His later masterpiece, Fallingwater (1939), dramatically cantilevered over a Pennsylvania waterfall, became an icon of modern domestic design. Wright's influence extended beyond individual buildings: he trained a generation of architects who spread "the American house" concept—open to the landscape, informal, and centered on a hearth—throughout the suburbanizing nation.

European modernists (Le Corbusier, Mies van der Rohe, Walter Gropius) fleeing fascism brought the International Style to the United States in the 1930s. American architects quickly adapted its principles: rejection of ornament, use of industrial materials (glass, steel, concrete), asymmetrical compositions, and "honest" expression of structure. Mies van der Rohe's Seagram Building in New York (1958), a bronze-and-glass tower set back from the street on a granite plaza, became the archetypal corporate skyscraper. Meanwhile, Frank Lloyd Wright took modernism in a different direction. His Solomon R. Guggenheim Museum in New York (1959) abandoned right angles entirely, wrapping a continuous spiral ramp around a central light court. But the most widespread American contribution to modernism was the suburban house. Developer William Levitt applied assembly-line techniques to build thousands of affordable houses in Levittown (1947–1951), while architects like Richard Neutra and Charles and Ray Eames designed sleek, glass-walled modernist houses for California clients. The post–World War II economic boom, federal highway construction, and the Federal Housing Administration's loan policies together created a suburban landscape dominated by ranch houses, split-levels, and "mid-century modern" structures.

Postmodernism, Regionalism, and Contemporary Architecture (1970–Present) By the 1970s, many architects rebelled against modernism's perceived coldness and uniformity. Postmodernism, led by Robert Venturi (*Complexity and Contradiction in Architecture*, 1966), Philip Johnson (the AT&T Building, now 550 Madison Avenue, with its Chippendale-like top), and Michael Graves (the Portland Building, 1982), reintroduced historical reference, ornament, color, and humor. Venturi famously advocated for a "decorated shed" over Mies's "less is more," proposing "less is a bore." At the same time, regionalist architects sought to root buildings in local climate, materials, and tradition. Louis Kahn, a towering figure who resisted labels, produced monumental

works like the Salk Institute in La Jolla (1965), where concrete, teak, and landscape merge in a composition of pure geometry and dramatic light. In the Southwest, architects revived and reimagined Pueblo Revival and Spanish Colonial forms for contemporary needs. Since 2000, American architecture has become increasingly diverse. Frank Gehry's Guggenheim Bilbao (1997, in Spain) and Walt Disney Concert Hall (2003, Los Angeles) made deconstructivism—with its fragmented, warped, and seemingly unstable forms—an international brand. More recently, sustainability has become a central concern, with the LEED rating system driving green design in commercial and institutional buildings. The High Line in New York (2009–2014) demonstrated how adaptive reuse of industrial infrastructure could create public space and spur urban renewal. Contemporary American architecture thus embraces both global trends and local identities, acknowledging that the United States is neither a cultural colony of Europe nor a blank slate but a continuing experiment in building for a diverse, dynamic, and environmentally conscious society.

*С.В. Ефимов, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

THE DEVELOPMENT OF NUCLEAR ENERGY IN GREAT BRITAIN

Great Britain is one of leading countries in nuclear energy. It doesn't only have nuclear reactors but it has its own nuclear reactors, nuclear power plants and nuclear weapon. Let's see, how Great Britain achieved it:

1. Participation in Manhattan Project. British scientists took part in engineering of first nuclear bomb during World War II. Great Britain exchanged with USA with their ideas and resources to produce first atomic bomb.

2. Own working. From the beginning of 1940's British scientists worked with Canadians to design their own nuclear weapon (project Tube Alloys). Later, in 1943, there was an agreement between Great Britain, USA and Canada, according to which scientists from Tube Alloys united with Manhattan Project.

3. Own nuclear weapon. In 1947 the building of nuclear complex Sellafield started. In 1950-1951 two graphite-gas nuclear reactors were launched. These reactors were designed to produce plutonium, which can be used in nuclear weapon. And in 1952 Great Britain launched operation "Hurricane", in which it tested its own nuclear weapon. As a result, Great Britain became third nuclear state in the world.

4. Nuclear reactors. British scientists and engineers deigned their own project of nuclear reactors – graphite-gas reactor or gas-cooled reactor or Magnox. These reactors use carbon-dioxide as a coolant. Nowadays British nuclear energy uses AGR – Advanced Gas-cooled Reactors, which are the second generation of British nuclear reactors.

5. Current situation. Nowadays there are 5 active nuclear power plants with 5 active reactors. In future plans, government plans to build 8 more reactors to increase power of nuclear energy to 24 GW to 2050.

Nowadays, Great Britain aims to achieve energetic safety and reduce carbon foot print. So, it works on upgrading and development its nuclear energy.

References

1. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения 18.04.2026)

*И.А. Жупанин, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

BRITISH TRADITIONAL DISH NAMES AS A LINGUOCULTURAL PROBLEM

Traditional British dish names often mislead foreigners because their literal lexical meaning does not correspond to the actual dish. The aim of this paper is to identify the types of culture-specific information encoded in British culinary vocabulary using four neutral examples.

The key word "pudding" in British English is not limited to desserts. Yorkshire pudding is a savoury baked dish made from flour, eggs and milk, served with roasted meat. Without a linguocultural commentary, translating it simply as "pudding" misleads the reader.

Shepherd's pie (lamb) and cottage pie (beef) differ not only in filling but also in social context: "shepherd" points to a sheep-herder and sheep-farming regions, while "cottage" refers to a modest peasant house. Thus, the names preserve historical rural realities.

The name "bangers and mash" contains the slang word "bangers" for sausages. It originated during the Second World War because sausages with high water content would explode (bang) when fried. This everyday name thus retains the memory of wartime economy.

"Ploughman's lunch" is an artificial name created in the 1970s to promote cheese and beer in pubs. Today it is perceived as an "authentic" British tradition, demonstrating how language can create cultural myths.

In conclusion, British dish names represent a concentration of cultural information - from false lexical expectations to social history and linguistic humour. Their linguocultural analysis reveals the connection between language, everyday life and national identity.

Библиографический список

1. Синицына А.О. Специфика внутренней формы наименований блюд английской кухни // Международный научно-исследовательский журнал. 2026. № 4 (166). С. 75–81.
2. Williams V.R. Food Cultures of Great Britain: Cuisine, Customs, and Issues. Santa Barbara: Greenwood, 2024. 250 p.

*И.Н.Ивличева, студ; рук. М.А.Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

LINGUISTIC REALITIES AND CULTURAL CODE: UNTRANSLATABLE WORDS AS A REFLECTION OF NATIONAL CHARACTER

The language reflects culture and national character. Every language has words that have no exact analogues in other languages: they embody unique cultural concepts and emotional nuances.

Linguistic realities are words or expressions that are characteristic of the life and culture of a particular people and have no direct analogues in other languages. They reveal everyday features, historical events and values of society.

Examples of untranslatable words and their cultural meaning

1. Russian "longing" is a complex emotional state: a mixture of sadness, longing, nostalgia, and mental pain for no specific reason. It reflects the tendency of Russian culture to reflect and accept sadness as a part of being.

2. The Danish "hygge" is a feeling of coziness, comfort, and mental well-being (for example, when drinking tea with loved ones). The philosophy of everyday joy, the ability to find happiness in simple things.

3. Japanese "wabi-sabi" (wabi-sabi) — beauty in imperfection and transience (an old wooden table with cracks, a handmade tea cup). It is associated with Buddhist ideas about impermanence.

4. The Spanish "duende" is a special emotional force in art (especially in flamenco), a "spirit" that captures the performer and the viewer. The desire for expression and drama is more important than formal perfection.

Why are these words important for linguistics?

The study of untranslatable words allows:

- understand the values of the people;
- see emotional priorities;
- trace historical roots;
- avoid cultural mistakes when communicating;
- learn the language more deeply, because there are whole concepts behind the words.

Untranslatable words are the keys to the worldview of the people. As the linguist Edward Sapir wrote, "Language is a guide to 'social reality.'" Understanding such realities allows you to see the world through the eyes of another culture.

References

1. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. — М.: Слово/Slovo, 2000. — 624 с
2. Маслова В. А. Лингвокультурология. — М.: Академия, 2001. — 208 с.

*В.О.Климова, студ; рук. М.А.Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

DAVID BOWIE: THE MAN FROM MARS

Ziggy Stardust, Major Tom, The thin white duke, Halloween Jack, The blind prophet it's David's Bowie character, but who was he really?

David Bowie changes what we think of as a "strong personality." Usually, we say someone is strong if they never change and always act the same way. Bowie was the total opposite. He kept changing and trying out new looks all the time. But he definitely had a strong character. His strength wasn't about staying the same it was about having the guts to change. He worked hard to learn the saxophone. He was brave enough to wear a dress on an album cover in 1970. And he had the strength to walk away from huge stadium shows when fame started to bore him. He wasn't hard like a rock; he was flexible like water.

Before Ziggy and the Thin White Duke, there was just David Jones a quiet kid from Brixton in London with unusual pupils. He spent a long time wandering and looking for himself. He played saxophone in a band called The Konrads. He performed as a mime on the streets. He even recorded a boring folk album that nobody bought. Nothing felt right. But all those mistakes and all that searching were really important. It was from those failures and that curiosity that his greatest ideas later grew. He wasn't born as "Bowie." He had to go out and find that person.

In 1972, the wanderer finally found where he belonged: Ziggy Stardust. This wasn't just a stage name. It was a full-on alien rock star sent to save rock

and roll. With bright red hair, crazy jumpsuits, and a look that mixed men's and women's styles, Ziggy helped the shy David Jones hide his nerves and explode onto the stage. He mixed up male and female, human and alien, real life and theater. Ziggy was his first big makeover the moment David Jones disappeared and the legend of Bowie really started.

Living as Ziggy all day, every day, came with a big cost. Fame and fear chased him to Los Angeles, where he got lost in a bad cocaine habit. He barely ate just milk, peppers, and drugs and his body got really weak. This "Thin White Duke" time was full of great music but also a lot of emptiness inside. To survive, he had to kill off his own ego. He ran away to Berlin with Iggy Pop, and that's when The New Bowie was born. He got clean, became more experimental, and replaced the chaos with discipline. That's how he made the dark, beautiful sounds of the Berlin Trilogy.

Bowie's "Golden Years" wasn't just a hit song. It was his final act as a master artist. After he became a huge pop star with Let's Dance and then purposely messed up his own pop image, he found peace living quietly in New York City. His real golden time was the private life he had with his family, even while he was secretly fighting cancer. He turned his own death into one last piece of art with the album Blackstar. He didn't leave with a sad little cry. He left with a planned, beautiful, and mysterious goodbye and then he went back to Mars.

*А.А.Ковалева, студ.; рук. М.А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

BRITISH MODELING INDUSTRY AS A CULTURAL PHENOMENON

The British modeling industry represents a significant cultural phenomenon within the global fashion system. It not only reflects aesthetic standards but also actively constructs and transforms them through media, advertising, fashion shows, and digital platforms, influencing contemporary perceptions of beauty and identity.

One of the key features of the British modeling industry is its growing emphasis on diversity and inclusivity. In recent years, British fashion agencies and brands have increasingly moved away from narrow beauty ideals, promoting models of different ethnic backgrounds, body types, and gender expressions. This shift reflects broader social and cultural changes in the United Kingdom, where individuality and representation have become important values.

The influence of British models on global culture is particularly significant. Kate Moss became an icon of 1990s fashion and contributed to the popularity of minimalist and unconventional aesthetics. Naomi Campbell broke racial barriers in the fashion industry and became one of the first Black supermodels to achieve worldwide recognition. Contemporary figures such as Adwoa Aboah and Cara Delevingne extend the role of modeling beyond aesthetics by engaging in public discussions on mental health, identity, and social issues.

In addition, events such as London Fashion Week play an essential role in maintaining the international influence of the British fashion industry. These events function not only as commercial platforms but also as cultural spaces where designers and models express artistic ideas and respond to social and political themes.

Another important aspect is the impact of digital media. Social networks have significantly changed the modeling industry, allowing models to build personal brands and directly communicate with audiences, which increases their cultural influence beyond traditional fashion platforms.

In conclusion, the British modeling industry should be understood as more than a commercial sector. It is a dynamic cultural system that reflects social change, promotes diversity, and actively shapes global standards of beauty and identity.

References

1. Crane D. Fashion and Its Social Agendas. Chicago: University of Chicago Press, 2000.
2. Entwistle J. The Fashioned Body. Cambridge: Polity Press, 2015.
3. Breward C. Fashioning London. Oxford: Berg, 2004.
4. Mears A. Pricing Beauty: The Making of a Fashion Model. Berkeley: University of California Press, 2011.
5. London Fashion Week Official Website. <https://www.londonfashionweek.co.uk> (accessed April 2026).
6. Vogue UK. URL: <https://www.vogue.co.uk> (accessed April 2026).

*П.М. Ковалева, студ.; рук. М.А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

HOW DID FASHION HOUSES INFLUENCE GLOBAL FASHION

French and Italian fashion houses, like Gucci, Chanel, Dior, are well known for influencing global fashion trends. Yet British fashion houses are less known, even though we can see the reflection of their influence every day all around the world – from streetwear to high fashion. Three aspects, in particular, demonstrate this hidden influence.

1. Vivienne Westwood's 1981-1982 "Pirate" collection marked a departure from 1970s silhouettes, integrating historical references that redefined punk fashion. Some time later, she turned the corset from an uncomfortable, feminine and overwhelming piece of clothing into a tool for self-expression. As a result, corsets became a must-have in the closets of creative and fashion-forward people. It hasn't changed since then. We still see corsets in new fashion collections and on influential style icons.

2. Alexander McQueen's Spring/Summer 2010 ready-to-wear show titled Plato's Atlantis introduced a collection filled with reptile skin prints made with computer-generated imagery, which led to a fusion of organic shapes, satin silks and reptilian markings. McQueen was one of the first to use 3D-printing as part of his show. Moreover, this was the first show to be streamed live. This British-born innovation broke the wall between the fashion industry and the world.

3. The Burberry check is a design first used as a fabric lining in the brand's trench coats in the 1920s. It gained popularity in the 1960s, when the check became a symbol of a high-fashion, streetwear-driven staple. This British trend spread to the streets all around the world. But the peak of popularity occurred in the 1990s and 2000s, when it was worn by the royal family, famous artists and celebrities like Kate Moss. From that moment, the check arrived as a global fashion signature.

In conclusion, British fashion houses have greatly influenced global fashion trends. They changed the vision of high fashion, guided streetwear trends, and broke the rules of the old fashion system. They became the leaders of self-expression.

References

1. The History of Vivienne Westwood [Электронный ресурс] // Vintage Clothing Guides. — 2025. — 4 Feb. — URL: <https://vintageclothingguides.com/brand-history/the-history-of-vivienne-westwood/> (дата обращения: 18.04.2026).

2. Uppal J. 2010 – Alexander McQueen, dress [Электронный ресурс] // Fashion History Timeline / Fashion Institute of Technology. — 2025. — 2 Dec. — URL: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/2010-alexander-mcqueen-dress/> (дата обращения: 18.04.2026).

*М.М.Кормаков, В.А.Хоменко, студ.; рук. Е.В. Орлова, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК И ИДИОМАТИЧЕСКИЙ КОД

В современном мире английский язык является не только международным средством общения в сфере IT, но и основой большинства языков программирования. Именно поэтому он тесно связан с понятием иди-

оматического кода, то есть такого кода, который легко воспринимается разработчиками. Чтобы лучше понять эту связь, можно выделить несколько ключевых тезисов.

Большинство языков программирования создавалось на основе английского языка. Их авторы работали в англоязычной научной и технической среде, поэтому ключевые конструкции изначально закрепились именно в английской форме. Например, *if, else, return, while, break*.

Структура кода во многом повторяет логику английской речи. Команды в программах строятся как короткие смысловые высказывания: условие, действие, результат. Благодаря этому код воспринимается как естественная последовательность инструкций, а не как случайный набор символов.

Идиоматический код похож на устойчивые выражения в языке. Особенно наглядно связь английского языка и идиоматического кода видна в языке Go. В Go ценится краткость и естественность записи, поэтому имена переменных, функций и конструкций обычно выглядят как простые английские слова. Например, запись `if err != nil { return err }` воспринимается почти как профессиональная формула: «если есть ошибка, вернуть ошибку». Благодаря этому код получается лаконичным, предсказуемым и легко читается даже без подробных комментариев.

Понимание английского языка помогает лучше понимать код. Разработчик, знающий значение ключевых слов и терминов, быстрее улавливает логику программы, легче читает документацию и проще осваивает идиоматические конструкции.

Таким образом, можно сказать, что английский язык стал не только языком IT-коммуникации, но и основой того, как сегодня принято «правильно» писать код.

Библиографический список

1. Martin R.C. Clean Code: A Handbook of Agile Software Craftsmanship. Prentice Hall. Pearson Education, 2008. 464 p.

*Н. А. Коротков, студ.; рук. М. А. Кулагина, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

HOW KING ARTHUR BECAME A SYMBOL OF BRITAIN

King Arthur is one of the most famous figures in British legendary tradition. Although he was originally connected with the Britons and their struggle

against the Anglo-Saxons, later he became a symbol of Britain. This transformation makes the Arthurian legend especially important for understanding British cultural memory. The purpose of my work is to explain how this process became possible.

1. In the early tradition Arthur was not a national English hero. He was a legendary leader of the Britons in post-Roman Britain and was associated with battles against the Anglo-Saxons. Therefore, the original image of Arthur belonged to a Brittonic rather than an English context.

2. A decisive stage in the development of Arthur's image was connected with Geoffrey of Monmouth. He popularized Arthur and presented him not simply as a local military leader, but as a powerful king of Britain. In this way, Arthur became part of a broader legendary history of the country.

3. Later writers continued to develop the Arthurian legend and made it much richer. New elements such as Camelot, the Round Table, the growing role of Merlin, and the ideal of noble knighthood turned Arthur into the centre of a rich legendary world. This literary development made the legend more attractive and more influential in British culture. As a result, he was no longer seen only as a warrior, but also as an ideal ruler.

4. Arthur became a symbol of Britain because his image helped to create a heroic picture of the national past. He united military strength, royal power, and moral authority. In this form Arthur could be understood much more broadly than in the earliest legends.

Thus, Arthur became a symbol of Britain because later tradition changed the meaning of his image. Originally linked with the Britons, he was gradually turned into a legendary king of Britain and a model of heroic rule.

References

1. URL: <https://www.britannica.com/topic/Arthurian-legend>
2. URL: <https://www.bl.uk/stories/blogs/posts/king-arthur-fable-fact-and-fiction>

*М. Э. Кочнева, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

BEYOND THE CLASSROOM WALL: WHY TRAVEL TO THE USA IS ESSENTIAL FOR LANGUAGE LEARNING AND CULTURAL EXCHANGE

In an era of digital classrooms, AI tutors, and virtual reality immersion, one might ask: is physical travel still necessary for language acquisition? For students of English, the United States represents not merely a destination but a

living laboratory — a vast, diverse continent where the language is not studied but breathed. This paper argues that travelling to the USA for language learning and cultural exchange remains not only relevant but irreplaceable. While technology can teach vocabulary and grammar, only immersive travel develops pragmatic competence, cultural intelligence, and the affective resilience that defines true fluency. The importance of such travel can be understood through four interconnected pillars: authentic communication, cultural subtext, identity transformation, and long-term motivation.

First, travel forces the learner out of the protective bubble of the textbook and into the unpredictable currents of authentic communication. In an American classroom, one learns that "How are you?" expects "I'm fine, thank you." On the streets of New York, a coffee shop barista might ask, "What can I get started for you today?" — a phrase no textbook teaches. Travel immerses the student in real-time, unscripted interactions: ordering food with regional slang, negotiating a refund at a pharmacy, understanding a Midwestern drawl or a Boston accent, or deciphering the ironic humour of a Southern waiter. These mundane moments are, in fact, the core curriculum of living language. Crucially, travel also inculcates what linguists call "communicative tolerance" — the ability to remain calm and creative when one's vocabulary fails. There is no greater teacher than the necessity of being understood in an airport security line or an emergency room. The USA, with its famously patient (and equally famously impatient) service culture, offers a full spectrum of communicative challenges that no role-play exercise can replicate.

Second, language does not exist in a vacuum; it is saturated with culture. To speak English fluently is not merely to produce correct sentences but to navigate an ocean of unwritten rules, historical references, and social assumptions. Travel to the USA makes visible what textbooks obscure: the cultural subtext beneath every exchange. Why do Americans smile so quickly? Why is small talk with a stranger considered polite rather than intrusive? What does it mean when someone says "we should grab coffee sometime" with no intention of following through? These are not trivial quirks but the grammar of American social life. By living in US cities, staying with host families, or even just navigating a college campus, the travelling student absorbs proxemics (personal space), chronemics (punctuality norms), and high-context versus low-context communication styles. They learn, for example, that directness is not rudeness in New York, while in the South, indirectness is a form of politeness. This cultural intelligence is increasingly valuable in globalized workplaces, where misunderstanding a cultural cue can derail a partnership more effectively than any grammatical error.

Third, travel catalyzes a profound shift in identity. The language learner at home remains, fundamentally, a competent adult in their native tongue but a

reduced, sometimes infantilized version of themselves in English. Abroad in the USA, however, the learner is forced to rebuild their personality from scratch — finding new ways to be funny, serious, persuasive, or empathetic in a second language. This process is uncomfortable but transformative. It strips away performative confidence and replaces it with genuine humility and adaptability. Many students report that after a prolonged stay in the USA, they do not feel they have "improved their English" so much as they have become partially new people. This is the secret gift of travel: it does not simply add skills; it multiplies perspectives. Moreover, the United States, as a nation of immigrants, offers a uniquely inclusive space for this transformation. In major US cities — from Los Angeles to Chicago to Houston — the travelling student encounters other non-native speakers constantly. English becomes not a possession of "Americans" but a lingua franca shared by Vietnamese nail technicians, Somali taxi drivers, and Mexican restaurant owners. This demystifies perfectionism; the goal is not to sound like a CNN anchor but to communicate across difference.

Fourth and finally, travel generates a level of motivation that no curriculum can artificially manufacture. The student who has struggled with verb tenses for years, but then successfully argued with a landlord in Philadelphia or made a genuine American friend over a shared meal, experiences a surge of intrinsic motivation that transforms their entire relationship with the language. The USA, with its pop culture dominance (Hollywood, music, YouTube influencers), also offers what might be called "aspirational immersion" — the thrill of recognizing a phrase from a favourite TV show spoken by an actual person in its actual context. This affective charge — the joy of being understood and the pride of belonging — is the true engine of long-term acquisition. Without it, many learners abandon their studies once the exam is passed. With it, they become lifelong language users.

In conclusion, travelling to the United States for language learning and cultural exchange is not a luxury or an outdated tradition. It is a pedagogical necessity for those seeking more than transactional competence. The classroom teaches the map; travel teaches the terrain. It cultivates authentic communication, decodes cultural subtext, transforms identity, and fuels intrinsic motivation. In an age of screens, the embodied experience of navigating another language in another country remains irreducibly human. For students of English, the USA offers not just a place to practise grammar but a place to find their voice. And that, ultimately, is why it matters.

THE LANGUAGE OF THE LONDON STOCK EXCHANGE: SLANG AND CITY TERMS

The language of the London Stock Exchange is a unique layer of professional jargon that has been formed over the centuries of financial trading. This specific slang, which includes terms such as "bulls", "bears", "long" and "short", serves for fast and accurate communication between traders, analysts and investors in a high-speed trading environment. Evolving from shouting in an open trading pit to digital exchange in messengers, stock jargon reflects not only the technical aspects of transactions, but also the psychology of the market. His understanding is key to successfully navigating the world of professional finance.

1. The metaphors of bull and bear originate from the animals' physical attacks: a bull thrusts its horns upward (symbolising rising prices), while a bear swipes its paws downward (symbolising falling prices). This imagery has become a universal framework for describing market trends across financial centres.

2. Common trading slang like to go long (to buy an asset expecting its price to rise) and to go short (to sell borrowed assets expecting their price to fall) streamlines decision-making in fast-paced environments. These expressions are now standard not only in London but also in other global markets

3. Informal phrases such as to take a hit (to suffer a financial loss) and to ride the wave (to profit from a prevailing market trend) illustrate how traders use vivid, action-oriented language to convey complex ideas quickly. Such slang fosters camaraderie and shared identity among professionals.

4. London-originated slang often reflects local culture and history. For example, "Big Bang" refers to the 1986 deregulation of the LSE, which revolutionised trading practices. This term later became a metaphor for any major, disruptive change in other industries.

5. Understanding both the formal lexicon (e.g., dividend yield, market capitalisation) and the informal slang (to take a hit, to catch a falling knife) is crucial for anyone navigating the global financial landscape. The language of the LSE not only facilitates transactions but also encodes cultural values of risk, speed, and resilience central to the identity of the City.

6. Expressions like "to be stopped out" (having a position automatically closed due to a stop-loss order) and "to chase the market" (buying at inflated prices after missing an earlier move) reveal the psychological dimension of trading. These idioms encode shared experiences of discipline, timing, and

emotional control — key aspects of the City's professional culture that are transmitted through language.

The language of the London Stock Exchange is a lively, dynamic communication system that performs several critical functions: from operational risk management to the formation of a professional subculture. A deep understanding of this slang and terminology is not just a linguistic exercise, but a prerequisite for effective work. Mastering this language allows you not only to better understand market processes, but also to become a full-fledged member of the professional community of the City of London.

References

1. Люляева, Н. А. Жаргонная лексика участников фондового и валютного рынков (1997–2008 гг.) [Текст] / Н. А. Люляева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2010. — № 4 (2). — С. 226–231.
2. Биржевой словарь терминов фондового рынка URL: [https:// 2stocks.ru/](https://2stocks.ru/) (дата обращения: 15.04.2026).

*М. Д. Курносов, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

PRAGMATIC MARKERS IN BUSINESS EMAIL DISCOURSE

Business email communication remains the primary channel for corporate interaction in globalized professional environments. Its effectiveness depends not only on the accurate transmission of factual content but also on the sender's ability to manage interpersonal relations and guide the recipient's interpretation of the message. Pragmatic markers constitute a key linguistic resource for achieving these communicative goals.

Pragmatic markers are defined as lexico-grammatical units that do not contribute propositional meaning but serve organizational, modal, and interpersonal functions in discourse [1]. In business email discourse, they are commonly classified into four functional groups: hedges or downtoners (e.g., might, perhaps, it appears, to some extent), which mitigate commitment and soften directives; boosters or emphasers (e.g., clearly, undoubtedly, essential, definitely), which strengthen argumentative force and signal confidence; politeness markers (e.g., please, I would appreciate, kindly, thank you for), which maintain professional rapport and observe face-saving conventions; and structural connectors (e.g., regarding, with reference to, as per, in relation to), which organize textual coherence and signal topic shifts.

Corpus-based research on business email communication demonstrates that these markers perform three interrelated functions. The textual function involves structuring the message, marking logical transitions, and highlighting key information points, thereby enhancing readability and reducing processing effort for the recipient. The interpersonal function concerns the management of social relations: hedges and politeness markers soften requests, mitigate potential face threats, and maintain professional courtesy, particularly in asymmetric power contexts such as subordinate-to-supervisor communication. The strategic function relates to impression management: senders use markers to construct a competent corporate identity, preserve negotiation flexibility, and adapt their message to the recipient's expectations and cultural background.

The distribution and frequency of pragmatic markers are systematically conditioned by contextual variables. In hierarchical email exchanges, subordinates tend to employ a higher density of hedges and indirect politeness formulas, whereas communication between peers shows increased use of boosters and more direct constructions. Cross-cultural studies indicate notable regional variation: British business email discourse exhibits a preference for hedges and understatement as markers of professional distance, while American business correspondence favors more direct, yet politely framed, formulations [2]. Similarly, emails addressed to external partners typically contain more explicit politeness markers than internal messages, reflecting heightened awareness of face concerns in inter-organizational communication.

Empirical evidence from corpus analysis of 500 authentic English-language business emails supports these observations. Messages demonstrating a balanced use of pragmatic markers—combining appropriate hedging with clear structural signaling—receive significantly faster and more constructive responses. Conversely, an excessive density of hedges may undermine the perceived competence and decisiveness of the sender, while their absence can lead to interpretations of the message as overly assertive or impolite [3]. These findings underscore the importance of pragmatic competence as a component of professional communicative competence.

The pedagogical implications are substantial. Training programs for business English should move beyond grammatical accuracy and lexical range to include explicit instruction in the strategic use of pragmatic markers. Learners benefit from corpus-informed materials that illustrate authentic usage patterns, role-play scenarios that practice context-sensitive marker selection, and feedback mechanisms that raise awareness of pragmatic appropriateness. Such instruction equips future professionals with the skills to navigate the nuanced demands of global business communication.

In conclusion, pragmatic markers are indispensable tools for effective business email discourse. Their skilled deployment enhances textual clarity, sus-

tains positive interpersonal relations, and supports strategic communicative objectives. As digital professional communication continues to evolve, research and pedagogy must keep pace with the pragmatic realities of email interaction, ensuring that language users can communicate not only correctly but also appropriately and persuasively.

Библиографический список

1. Fraser B. What are pragmatic markers? // Journal of Pragmatics. 1999. Vol. 31, Iss. 7. P. 931–952. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216698001027> (дата обращения: 10.04.2026).

2. Jensen A. Discourse strategies in professional e-mail negotiation: a case study // English for Specific Purposes. 2009. Vol. 28, Iss. 1. P. 4–18. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0889490608000501> (дата обращения: 10.04.2026).

3. Chejnová P. Expressing politeness in the institutional e-mail communications of university students in the Czech Republic // Journal of Pragmatics. 2014. Vol. 60. P. 175–192. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216613002518?via%3Dihub> (дата обращения: 10.04.2026).

*Е. А. Левчина, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

THE BEAUTY INDUSTRY IN THE USA

The US beauty industry represents one of the largest and most dynamic segments of the consumer market, including cosmetics, perfumes, skin and hair care products, as well as salon services and aesthetic medicine. Unlike the European or Asian markets, the American model is characterized by hyper-competition, minimal direct government regulation (with the exception of FDA standards), and the highest rate of innovation. The market volume in 2023–2024 exceeded \$90 billion, demonstrating steady growth even during periods of economic downturns, which highlights the transformation of cosmetics from a luxury item to a basic necessity for the general population. The formation of the modern beauty industry in the United States has passed through several key stages: from the industrialization of production at the beginning of the 20th century (the brands Revlon, Estée Lauder) through the "golden age of advertising" in the 1950s and 60s to the crisis of 2008, which shifted demand from luxury to mass market and "democratic luxury." A key feature is the dominance of several corporate giants (L'Oréal USA, Estée Lauder Companies, Coty, Procter & Gamble), which control up to 70% of the market, but it was the United States that became the birthplace of the phenom-

enon of indie brands (Glossier, Fenty Beauty, Kylie Cosmetics) that challenged traditional distribution through social networks and D2C models.

The analysis shows that the main drivers of the current stage are three factors. First, racial and gender inclusivity — after the launch of Fenty Beauty with 50 shades of foundation, the rejection of diversity became a marketing risk. Secondly, skinfluence is a shift in emphasis from decorative cosmetics to therapeutic skin care, which is fueled by the high availability of retinoids and peptides even in the mass segment (CeraVe and The Ordinary brands). Thirdly, there is a technological gap — American companies are leading the way in introducing AI skin diagnostics (the YouCam Makeup app, startups like Perfect Corp) and personalization of products at the point of sale. The paradox of the US beauty industry lies in its dual role. On the one hand, it provides employment for more than 2 million people (from cosmetic chemists to beauty bloggers) and is a "social elevator" for women and minorities (including the Latin American and African American communities, who spend 2-3 times more on cosmetics than other groups). On the other hand, the industry existed for decades under the archaic Food, Drug, and Cosmetics Act (FD&C Act, 1938), which did not require mandatory pre-market certification of most cosmetics. Only the adoption of the MoCRA (Modernization of Cosmetics Regulation Act, 2022) for the first time introduced mandatory registration of productions and serious safety requirements, which radically changed the rules of the game.

Despite the growth, the industry is facing systemic contradictions. The first is "greenwashing" and the real problem of packaging recycling: the United States remains one of the world leaders in the production of plastic tubes and non—recyclable vials. The second is the impact on the psyche: the culture of "beauty routine" and filters on social networks (especially TikTok) provoke an increase in dysmorphic phobia, which simultaneously increases sales of cosmeceuticals, but creates an ethical dilemma for doctors and marketers. The third is accessibility: the high inflation of 2022-2024 led to the phenomenon of "lipstick effect 2.0" — consumers are abandoning expensive salon procedures in favor of pharmacy brands, but at the same time they are willing to overpay for "hero" products, which increases the polarization of the market. It is important to emphasize that there is no "unified" American beauty industry. There is a pronounced regional differentiation: California sets trends for clean beauty and organic products.; Miami and Texas are accumulating the demand of the Latin American population, forming a special segment of care cosmetics with SPF and moisturizing; New York remains the center of premium aesthetics and innovative procedures (botox, fillers). In addition, the American market is unique in its high proportion of cosmeceuticals, products at the junction of cosmetics and medicines (exfoliating acids, peptides, niacinamide), which

blurs the boundaries between FDA regulation and the free market. Thus, the US beauty industry appears as a complex, contradictory, but exceptionally innovative system, whose trends and regulatory decisions ultimately affect the global cosmetics market.

Библиографический список

1. Jones G. Beauty Imagined: A History of the Global Beauty Industry. – Oxford: Oxford University Press, 2010. – 424 p. – ISBN 978-0199556496.
2. Peiss K. Hope in a Jar: The Making of America's Beauty Culture. – Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2011. – 368 p. – ISBN 978-0812221703.

*К.С. Лекторов, студ.; рук. М.А. Кулагина, доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

THE DISTINCTIVE FEATURES OF ENGLISH HUMOR

English humor is a unique cultural phenomenon that has for centuries evoked both admiration and bewilderment among representatives of other nationalities. Unlike straightforward American humor, which often relies on punchlines and explicit jokes, or expressive French humor, which tends to be more theatrical and emotionally charged, English humor is distinguished by subtle irony, self-irony, understatement, and a deep love of the absurd. It thrives on what is left unsaid rather than what is loudly proclaimed, and it often asks its audience to read between the lines rather than expect an immediate laugh.

I think the word "silly" perfectly describes half of English jokes, which don't pretend to be intellectual or intricately constructed. Their very simplicity is what makes them special — they don't require deep understanding or painstaking analysis of meaning to be effective. A striking example is all the scenes with Charlie Chaplin, who constantly got into awkward situations, fell down, tripped over his own feet, and simply acted the fool without any elaborate setup, which made people laugh across cultures and eras. Another example of a modern "Charlie Chaplin" is Mr. Bean, who makes you smile with his very appearance, his childlike curiosity, and his incredible facial expressions. In all of Rowan Atkinson's works, there isn't a single joke that requires deep thought or philosophical reflection; this lack of complexity is precisely what makes his work universal and accessible to people of different generations, languages, and cultural backgrounds. The humor here is purely physical, visual, and instinctive — a reminder that sometimes the simplest actions are the funniest.

Also, at the core of English wit lies the ability to speak about catastrophic things with icy calmness, and about trivial matters with feigned seriousness. This distinctive trait, often called "stiff upper lip" humor, allows the English to joke about disasters, failures, and personal misfortunes as if they were minor inconveniences. For example, losing a job might be described as "a bit of a nuisance," while a spilled cup of tea could be mourned with tragic gravity. Closely related to this is irony, where a positive assessment often hides criticism, and vice versa — praise may actually be blame, and apparent insult may conceal deep affection. This ironic double layer can be deeply confusing for outsiders, who may take literally what was meant as a joke.

Special attention should be given to absurdist humor, a brilliant example of which is the group Monty Python, where logic is sacrificed for an unexpected and meaningless twist of events. In Monty Python's sketches, a seemingly ordinary conversation can suddenly veer into complete nonsense — a man trying to return a dead parrot, a Spanish Inquisition nobody expects, or a knight who refuses to admit defeat even after losing all his limbs. The humor here lies not in the punchline but in the joyous embrace of the irrational. Moreover, English humor is unthinkable without wordplay (puns) and the ability to laugh at one's own weaknesses, the unpredictable weather, or the famously long queues, which is considered a sign of high intelligence and mental balance rather than a lack of seriousness. Puns, often dismissed as the lowest form of wit elsewhere, are celebrated in England as a clever linguistic art form, provided they are delivered with a perfectly straight face.

Thus, English humor is not just a way to have fun, but a complex system of communication that reflects the national character: reserve, scepticism, and a reluctance to display open emotions. It serves as a social tool — a way to bond, to defuse tension, to criticise without confrontation, and to remain dignified even in chaos. Understanding these features is necessary for successful cross-cultural communication and for a correct perception of British cinema, literature, and everyday speech. Without this understanding, a visitor to Britain might mistake ironic praise for genuine compliment, or absurdist silliness for genuine stupidity. To truly appreciate English humor, one must learn to listen for what is not said, to value the understated, and to embrace the wonderfully ridiculous side of ordinary life.

*К.А. Мамонтова, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

DECONSTRUCTING THE ZOOMER: SENSITIVITY, SCREENS, AND THE MYTH OF IMMATURITY

In contemporary public discourse, no generation has been subjected to such intense, often contradictory stereotyping as Generation Z — commonly known as Zoomers. Born roughly between the mid-1990s and early 2010s, they are the first true digital natives. And yet, they are frequently dismissed as "too sensitive," socially awkward, intellectually fragmented, disrespectful, and infantile. This conference paper argues that these prevailing stereotypes are not objective assessments but rather reflections of an intergenerational gap in understanding new forms of emotional, social, and cognitive competence. When examined through a non-judgmental lens, the very traits criticized in Zoomers reveal themselves as adaptive strategies for navigating a complex, overstimulating, and crisis-ridden world.

Consider the accusation of being "too sensitive." Critics often use this phrase to imply fragility or an inability to tolerate discomfort. However, an alternative interpretation suggests that Zoomers possess a higher level of emotional awareness and affective intelligence. Growing up in an era of heightened mental health discourse — from online therapy platforms to destigmatized conversations about anxiety and depression — they have developed a vocabulary for emotions that previous generations often suppressed. This sensitivity is not weakness; it is a refined perceptual tool that allows them to recognize micro-aggressions, practice empathy, and establish healthier boundaries. In collaborative environments, this translates into greater psychological safety, even if it challenges older, more stoic norms of emotional expression.

Another persistent stereotype is that Zoomers are inept at face-to-face communication. The image of teenagers glued to screens, unable to hold eye contact or maintain a dinner conversation, is a familiar cultural trope. Yet this criticism mistakes difference for deficiency. Zoomers have not abandoned communication; they have diversified it. They are fluent in a rich ecology of messengers, memes, GIFs, and short-form video platforms like TikTok, each with its own grammar of irony, allusion, and rapid-fire humour. They communicate asynchronously and visually, compressing complex jokes or social signals into a single image or a 15-second clip. If anything, they have mastered a form of high-density, low-time-investment interaction that suits a globalized, always-online social life. The problem is not that they cannot communicate face-to-face; it is that older generations often devalue the sophisticated digital literacies they have cultivated.

Perhaps the most enduring intellectual stereotype concerns "clip thinking" — the supposed decline of attention span due to constant scrolling. It is widely believed that Zoomers cannot read long texts or follow extended arguments. However, cognitive science suggests a different picture: what looks like distraction is actually rapid information triage. Zoomers have learned to filter vast quantities of noisy data with exceptional speed, identifying relevance and dismissing noise within seconds. They are not incapable of deep focus; rather, they reserve it for content that earns their attention. In an information environment designed for addiction and outrage, their apparent skittishness is a survival mechanism. They are the first generation to instinctively practice media economy: consuming in clips what previous generations consumed in chapters, but with no measurable loss in comprehension of core ideas.

The charge of disrespecting authority is another common refrain. Zoomers, it is said, reject hierarchy, refuse to defer to elders, and challenge teachers, bosses, and institutions alike. Yet this is better understood not as immaturity but as a principled commitment to critical thinking. Having inherited a world marked by institutional failures — financial crises, environmental inaction, misinformation epidemics — they have learned not to accept opinions without evidence. For a Zoomer, authority is not an automatic claim to truth; it is an assertion that must be justified by logic, transparency, and moral consistency. They ask "why" relentlessly, not out of rudeness, but out of a hard-earned scepticism. In this sense, they embody the Enlightenment ideal of reasoned dissent more faithfully than generations who were taught to respect hierarchy unconditionally.

Finally, the stereotype of immaturity — the idea that Zoomers are prolonging adolescence, living with parents, avoiding adult responsibilities — collapses when one considers the global pressures they face. Unlike previous generations, who often encountered large-scale crises in middle age, Zoomers have grown up with climate change as a backdrop, economic precarity as a given, and pandemics as a formative experience. Many have become political actors before reaching voting age, organizing for climate justice, racial equality, and affordable housing. They express their views not despite their youth but because of it — because they understand that the decisions made today will shape the rest of their long lives. To call them immature is to confuse traditional markers of adulthood (homeownership, marriage, a stable career) with the psychological capacity for responsible engagement. By that measure, many Zoomers are already more mature than the systems they inherit.

In conclusion, the stereotypes about Generation Z reveal more about the anxieties of older generations than about Zoomers themselves. Sensitivity, digital communication, clip thinking, scepticism of authority, and delayed traditional adulthood are not deficits. They are adaptive responses to an unprece-

mented social, technological, and environmental landscape. For educators, employers, and policymakers, the task is not to correct these traits but to understand their logic. The Zoomer is not a broken version of a Millennial or a Baby Boomer; they are a different kind of mind, shaped by different tools and different terrors. Listening to them — rather than labelling them — may be the first step toward genuine intergenerational dialogue.

*В.А. Мартемьянов, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

MORE THAN A BARROOM BRAWL: SCIENCE, SPORT, AND SUBCULTURE OF ARM WRESTLING

Arm wrestling occupies a strange cultural space. For most people, it conjures images of drunken challenges in dimly lit pubs, a test of brute strength decided in seconds between two amateurs leaning awkwardly across a sticky table. Yet this popular perception could not be further from the truth. Competitive arm wrestling — known formally as arm sport — is a demanding technical discipline requiring years of specialized training, profound anatomical knowledge, and strategic intelligence. At the professional level, it is a global sport with international federations, world championships, doping controls, and six-figure prize purses. This paper aims to dismantle the myths surrounding arm wrestling, exploring its historical roots, biomechanical principles, competitive structures, and the unique subculture that has grown around pulling. By examining arm wrestling seriously, we gain insight into a sport that sits at the intersection of raw power, exquisite technique, and psychological warfare.

Tests of arm strength are as old as human civilization. Depictions of arm wrestling-like contests appear in ancient Egyptian tomb paintings from approximately 2000 BCE. The Vikings practiced a form of arm wrestling called "handkastyri," often integrated into larger feats of strength. However, the modern sport as we recognize it emerged in the United States during the post-World War II era. Soldiers returning from service brought with them a competitive spirit and a desire for physical challenge. The first organized tournaments appeared in California in the 1950s, held in bars and community halls. The watershed moment came in 1962, when a journalist named Bill Soberanes organized the first professional arm-wrestling tournament at Pete's Tavern in Petaluma, California. This event drew unexpected attention, and Soberanes went on to found the World Wristwrestling Championship, later rebranded as the World Armwrestling League (WAL).

The sport gained mainstream visibility in the 1970s and 1980s through two channels. First, the film *Over the Top* (1987), starring Sylvester Stallone, dramatized the world of professional arm wrestling for a global audience. While the film took creative liberties — the climactic match involves Stallone literally turning a cap backward to activate hidden strength — it introduced millions to the idea that arm wrestling could be a legitimate competitive pursuit. Second, the rise of ESPN and niche sports programming provided a platform for broadcasting tournaments. By the 1990s, the World Armwrestling Federation (WAF) had been established, standardizing rules and hosting annual world championships. Today, WAF includes over 70 member nations, with particularly strong followings in the United States, Russia, Ukraine, Georgia, Kazakhstan, and Japan.

The single greatest misconception about arm wrestling is that it primarily depends on bench press strength or bicep curls. In reality, elite arm wrestlers train very differently from bodybuilders or powerlifters. The key anatomical structure is not the bicep but the wrist and the hand's internal rotators. A successful pull involves attacking the opponent's finger extension, wrist flexion, and shoulder internal rotation from a position of mechanical advantage. Four primary techniques dominate competitive arm wrestling.

The top roll is the most common offensive move. The attacker rolls their wrist over the opponent's hand, opening the opponent's fingers and converting the match from a test of side pressure (shoulder adduction) to one of hand and wrist control. The hook, in contrast, engages directly, with both competitors curling their wrists inward and pulling through bicep and back strength — a battle of raw flexion. The press, often used defensively, involves driving the shoulder forward and down, using body weight rather than arm strength. The flop wrist press — a high-risk, spectacular move — involves intentionally giving up wrist control to gain a leverage advantage through the triceps and chest. Each technique requires different training adaptations, and elite pullers must master multiple styles to adapt to different opponents.

Injuries in arm wrestling are both common and distinctive. The most feared injury is the humeral spiral fracture — a break of the upper arm bone caused by excessive rotational torque. Unlike a fall or impact fracture, the arm wrestler's humerus snaps mid-pull, often accompanied by an audible crack and immediate loss of function. Other common injuries include bicep tendon tears, medial epicondylitis (golfer's elbow), and wrist sprains. Proper technique dramatically reduces injury risk, which is why novice pullers — the very population most likely to engage in barroom challenges — face the highest danger. Professional arm wrestlers warm up extensively, stretch the rotator cuff, and never pull explosively from a cold start.

Modern arm wrestling is meticulously organized. Most tournaments use a double-elimination bracket, with matches contested on a standardized table measuring 66 centimeters in width and 10 centimeters in depth. Competitors place their right or left arm (separate championships exist for each arm) on a padded elbow pad, grasp each other's hands in a "king's move" grip — typically a wrist-to-wrist lock — and await the referee's command: "Ready, Go!" A pin occurs when any part of the opponent's hand, wrist, or arm touches the pin pad below. Unlike many combat sports, there are no points for near-pins or control. The match continues until one competitor pins the other or commits a foul, such as lifting the elbow off the pad, false starting, or using the non-competing hand to touch the table.

Weight classes mirror Olympic wrestling, ranging from lightweight (under 55 kilograms) to super heavyweight (over 100 kilograms for men; over 80 kilograms for women). Women's arm wrestling has grown substantially, with WAF hosting female divisions since 1985. Some of the most technical pulling occurs in middle weight classes (70–85 kilograms), where strength, speed, and technique achieve their most balanced expression. Super heavyweights, often exceeding 130 kilograms, produce the most visually spectacular matches — two immense athletes straining every muscle, sometimes frozen for minutes in a stalemate before a sudden explosive pin.

Arm wrestling's subculture is distinctive and, to outsiders, paradoxical. Professional pullers train in basements, garages, and dedicated "arm rooms" — often metal buildings filled with specialized tables, pulleys, and grip-training devices. They share training advice freely, even with potential opponents, because the sport is small and survival depends on collective injury prevention. The atmosphere at competitions is simultaneously competitive and fraternal. Pullers who just fought a brutal, blood-drawing match will often embrace afterward, discuss technique, and share a meal. There is an unwritten code: the table is sacred; arrogance is tolerated only if backed by results; and anyone who injures a competitor through reckless or illegal technique is socially ostracized.

Controversies in arm wrestling revolve around two issues: steroids and the "king's move." Performance-enhancing drug use has plagued the sport, particularly in the super heavyweight divisions. While WAF conducts testing under World Anti-Doping Agency standards, enforcement is inconsistent across national federations, and several top pullers have served suspensions. The king's move — a defensive technique where the puller rotates their shoulder below the table, using skeletal leverage rather than muscular contraction — has sparked intense debate. Traditionalists argue it violates the spirit of the sport, turning a test of strength into a trick. Proponents note it is legal under current rules and requires immense shoulder flexibility and pain tolerance. WAF has

periodically adjusted rules to limit the king's move's duration, requiring competitors to actively attempt to pin rather than merely stall.

The COVID-19 pandemic paradoxically helped arm wrestling grow. With gyms closed and team sports suspended, individuals turned to home training and online competition. YouTube channels dedicated to arm wrestling — most notably "Armwrestling TV" and "Devon Larratt's channel" — attracted millions of views. The sport found a new, younger audience intrigued by its combination of brute force and puzzle-solving. Memes, highlight reels, and technical breakdowns circulated on TikTok and Instagram. For the first time, arm wrestling seemed poised to shed its barroom reputation and be recognized as what it has always been: a legitimate, demanding, and deeply human sport. The pull continues.

*М.Е.Медведев, студ.; рук. М.А. Кулагина, к.филол.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ЦИФРОВОЕ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЕ КОДОВ: КАК ПОКОЛЕНИЕ Z БАЛАНСИРУЕТ МЕЖДУ ФОРМАЛЬНЫМ АНГЛИЙСКИМ И СЛЕНГОМ ТИКТОК

Представьте себе студентку, которая только что отправила преподавателю эссе, полное академических клише и пассивных конструкций. Через минуту она открывает TikTok и пишет под видео: «*This is so unhinged no 'cause why would he even say that?*» Два регистра, два способа думать, два набора правил. Этот мгновенный и почти автоматический переход от формального английского к ультра-неформальному сленгу получил название цифровое переключение кодов (digital code-switching). Для поколения Z (люди, родившиеся примерно между 1997 и 2012 гг.) это не просто навык, а базовая коммуникативная компетенция, сформированная самой средой обитания - социальными сетями, мессенджерами и алгоритмами коротких видео.

Термин *code-switching* пришёл из социолингвистики и традиционно означал переход между разными языками или диалектами внутри одного разговора (например, с русского на английский). В цифровом контексте речь идёт о переключении между стилистическими регистрами одного языка - формальным, нейтральным и ультра-разговорным (сленговым, мемным, эмодзи-насыщенным).

Для Gen Z такое переключение происходит не осознанно, а на уровне мышечной памяти пальцев. В одной переписке они могут написать: «Dear Professor Smith, I am writing to request an extension for my paper» и через три секунды в соседнем чате: «bro r u fr?? that's wild lmaoo».

TikTok - главный полигон для этого явления. Платформа поощряет гибридные формы речи. Рассмотрим типичные приёмы:

1. Лексическое переключение - вставка сленговых слов в нейтральную или даже формальную фразу.

«I have a genuine ethical concern about this business model - no cap.» («У меня есть серьёзное этическое возражение против этой бизнес-модели - без шуток / честно.»)

Фраза *no cap* (молодёжное «не вру, без преувеличения») резко снижает регистр, но при этом усиливает искренность высказывания.

2. Грамматическое упрощение - отказ от сложных времён и вспомогательных глаголов.

Формально: «I don't know what he was thinking when he did that.»

TikTok-версия: «Me not knowing what he was thinking 🤔» (номинативная конструкция + скелетный череп как эмодзи-смысловой глагол).

3. Просодическая компенсация - в письменном тексте отсутствие интонации заменяется капсом, повторением букв и эмодзи.

«I'M SCREAMING» вместо «I find this very amusing»

«That's sooooo not what I said» вместо «That is not an accurate representation of my statement».

4. Метасленг - Gen Z использует формальный английский, чтобы *иронизировать* над формальностью, что создаёт третий, гибридный регистр.

«Perchance I shall consume this edible substance. (It's just a pizza roll) ». Здесь архаичное *perchance* и *shall* - не ошибка, а стилистическая игра, понятная только тем, кто владеет и академическим, и мемным кодом.

Зачем они это делают? Функции переключения

1. Маркирование групповой принадлежности.

Употребление слов *slay*, *bet*, *ate that*, *giving nothing* сигнализирует: «Я свой, я в тренде, я понимаю этот код». Ошибка в использовании (например, сказать *slay* слишком рано или не к месту) выдает «бумера» или новичка.

2. Экономия когнитивных ресурсов.

Формальный английский требует развёрнутых предложений, точных связей, логических переходов. Сленг позволяет передать эмоцию и оценку в одном слове: «Cringe» заменяет целое предложение «This behaviour makes me feel vicarious embarrassment».

3. Эмоциональная регуляция.

Формальный код - холодный, дистантный. Сленг - горячий, телесный. Переключение вниз помогает разрядить гнев, иронию или восторг. «*I am somewhat frustrated*» vs. «*I'm literally losing my mind rn*».

4. Защита от алгоритмов и взрослых.

Некоторые сленговые выражения («*coquette*», «*looksmaxxing*», «*the ick*») работают как полусекретные коды, которые поисковики и родители понимают хуже, чем сами подростки. Это возвращает языку функцию тайного шифра.

Однако у цифрового переключения есть обратная сторона. Исследователи отмечают:

- Эрозия формального регистра. Некоторые студенты Gen Z искренне не понимают, почему в академическом эссе нельзя написать «*the author lowkey disagrees*». Они не «тупые», они просто выросли в среде, где lowkey - легитимный дискурсивный маркер.

- Тревожность при переключении. Страх «выпасть из кода» (написать слишком формально в чате с друзьями или слишком сленгово - преподавателю) создаёт постоянный мета-мониторинг. Gen Z тратит огромную когнитивную энергию просто на то, чтобы определить «какой сейчас нужен английский».

- Поляризация поколений. Учителя жалуются на «деградацию языка», ученики — на «токсичную академическую искусственность». На самом деле обе стороны правы, но говорят на разных кодах.

Digital code-switching - это не смерть английского языка, а его ускоренная эволюция в условиях многозадачной цифровой среды. Gen Z не научился писать правильно; он научился мгновенно диагностировать аудиторию и адаптировать код быстрее, чем любое предыдущее поколение. Вопрос не в том, чтобы отучить их от «*no cause why*», а в том, чтобы добавить в их арсенал осознанное умение переключаться на формальный регистр без внутреннего сопротивления. Самый ценный навык для будущего - не владение одним «правильным» английским, а гибкость: знать, когда сказать «*perchance*», когда «*bet*», а когда просто поставить 🤔 и промолчать.

*И.М. Мельников, студ.; рук. М.А. Кулагина, к.фил.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

LINGUOCULTURAL CODE OF BRITISH TEA DRINKING: WORDS AND PHRASES

Tea drinking in Britain is not just about drinking tea. It is a social habit that is reflected in the English language. This study examines words and common phrases about tea as markers of British national identity. Foreign learners often know the dictionary meaning of these words but miss the cultural meanings behind them. The relevance of this work is based on the need to understand British culture when learning English. The novelty lies in combining lexicographic, sociolinguistic, and intercultural approaches to the analysis of tea-related vocabulary.

The material includes 95 words and 40 common phrases taken from the British National Corpus and dialect dictionaries. Examples of words include brew, cuppa, builder's tea, char, Rosy Lee, mash, and teacake. Examples of phrases include Fancy a cuppa?, Put the kettle on, Not for all the tea in China, Shall I be mother?, Tea's up, and Would you like a brew?. Methods include dictionary analysis, semantic grouping, and pragmatic commentary.

According to Crystal [1, p. 245–267], English vocabulary has a complex regional and social stratification. When applied to tea vocabulary, three levels can be identified. The first level includes pan-British neutral words known to all British people regardless of region or social class. These are the most basic terms: tea, kettle, mug, saucer, and teaspoon. The second level includes regional words. The word brew is used more often in the North and Midlands of England. The word cuppa is used everywhere but is more frequent in the South. The word char (an old borrowing from Chinese via Romani) appears in London working-class contexts. The third level includes words specific to Scotland. In Scottish texts, the full form cuppa tea is preferred over the shortened cuppa. The word piece means a small snack or sandwich eaten with tea. The word dram is sometimes used humorously to refer to tea instead of whisky. These regional differences are important for foreign learners because using the wrong word in the wrong region may sound strange.

As Fox notes [2, p. 112–134], English behaviour is governed by hidden rules that are rarely explained to outsiders. One such rule is the use of displacement activities in awkward or stressful situations. The phrase Put the kettle on is a classic example of this. When something bad happens, offering to make tea is a culturally acceptable way to show sympathy and offer support without talking about feelings directly. This allows people to cope with bad news while avoiding direct emotional expression. Other common tea phrases

include Shall I be mother? (a formula used by anyone who pours tea, even if they are not a mother, to take the serving role without seeming bossy) and Not for all the tea in China (an idiom that means a strong refusal but keeps politeness through exaggeration). All these phrases are difficult for foreign learners because their meaning is not literal. A learner may understand every word in the phrase but still misunderstand what the speaker really intends to say.

According to Ter-Minasova [3, p. 89–104], successful intercultural communication requires not only knowledge of words but also an understanding of cultural codes. Tea phrases are a clear example of such codes. Their meaning is social, not dictionary-based. Without knowledge of British tea culture, a foreign learner will miss the implied meanings of these everyday phrases. This can lead to misunderstandings in real communication, even when the learner has good grammar and vocabulary skills.

The practical result of this study is a small glossary with 58 entries. Each entry includes the word or phrase, examples from the corpus, regional notes based on Crystal, and explanations of social function. This glossary can be used in university courses on British English, linguocultural studies, translation, and cross-cultural communication. The author's contribution includes collecting data from the corpus and dictionaries, classifying words by region following Crystal's stratification model, analysing the social functions of phrases with reference to Fox's concept of hidden rules, and creating the glossary. Future plans include extending the study to vocabulary related to British biscuits (digestive, Hobnob, rich tea, custard cream) and comparing British and Irish tea culture.

Библиографический список

1. Crystal, D. (2020). The Cambridge Encyclopedia of the English Language. 3rd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 245–267.
2. Fox, K. (2019). Watching the English: The Hidden Rules of English Behaviour. 2nd ed. London: Hodder & Stoughton, 112–134.
3. Ter-Minasova, S.G. (2021). Language and Intercultural Communication. Moscow: Moscow University Press, 89–104.

*В.С. Микеев, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

THE CHECKERED FLAG OVER AMERICA: HOW FORMULA 1 CONQUERED A NEW WORLD

Less than a decade ago, Formula 1 was a niche, almost alien curiosity in the United States. The European-based series, with its exotic circuits, technical

jargon, and Sunday morning race times, struggled to compete with the domestic dominance of NASCAR and IndyCar. The sport's former chief executive, Bernie Ecclestone, famously dismissed digital engagement, reportedly prioritizing the "70-year-old guy who's got plenty of cash" over younger, more diverse audiences. Today, that strategy has been not just revised but obliterated. Through a calculated fusion of digital media, blockbuster entertainment, and a complete reconstruction of the viewing experience, Formula 1 has become one of the fastest-growing sports phenomena in America. This paper argues that F1's impact on the U.S. is not merely a sporting success but a cultural and commercial revolution, driven by the narrative power of *Drive to Survive*, the technological ecosystem of Apple TV, and a fundamental shift in the American sports audience itself.

The first and most seismic shift was cultural rather than technological. In 2017, Liberty Media acquired Formula 1 for approximately \$4.4 billion, inheriting a property with declining viewership and an aging, homogeneous fanbase. Their radical solution was not to tweak race rules but to tear back the curtain. The 2019 launch of *Formula 1: Drive to Survive* on Netflix did something that decades of live broadcasts could not: it humanized the sport. By focusing not on lap times but on locker-room rivalries, team principal fury, and the financial desperation of backmarker teams like Haas, the documentary transformed drivers into characters in a high-stakes drama. The impact on the American psyche was immediate and quantifiable. F1's average U.S. TV viewership exploded from approximately 554,000 in 2018 to 1.32 million per race by 2025. More importantly, the demographics were completely rewritten. The average viewer's age dropped from 44 to 32, and crucially, the percentage of female fans in the U.S. surged from a negligible 8% to approximately 40%. A sport that was once a bastion of white male affluence became a mainstream topic of conversation among Gen Z and millennial audiences, 47% of whom are new to the sport.

This cultural foundation set the stage for the second revolution: the broadcast rights. In 2026, F1 moved from traditional cable (ESPN) to a streaming-exclusive model on Apple TV+ in a five-year deal reportedly worth \$750 million. While skeptics feared that moving behind a paywall would hurt viewership—as it did for NASCAR on Amazon—the opposite occurred. Apple did not simply rebroadcast the global feed; it rebuilt the viewing experience from scratch for an American audience. For the first time, U.S. fans could watch races in 4K Dolby Vision. More significantly, Apple introduced a "Multiview" ecosystem allowing viewers to watch up to four simultaneous feeds—including driver trackers, real-time telemetry, and onboard cameras—customizing their screen like a video game. This has fundamentally changed how Americans watch racing. It caters to the "streaming-native, device-

forward" consumer who fell in love with the drama of Drive to Survive and now wants to follow a specific driver's race within the race. F1 CEO Stefano Domenicali noted that Apple is bringing a younger, more diverse audience to the ecosystem, with early 2026 data showing that female and young viewers are not just staying but actively engaging with the product.

The third pillar of F1's American impact is commercial and geographic expansion. The proof of the sport's integration into U.S. culture is not just on screens but on the ground. The United States now hosts three Grands Prix—Miami, Austin, and Las Vegas—transforming each into sprawling entertainment festivals rather than mere sporting events, drawing celebrities and record attendances. The economic model has shifted from B2B (business-to-business luxury hospitality) to B2C (business-to-consumer lifestyle branding). Liberty Media has aggressively pushed licensing deals with Lego, Disney, and even pasta shaped like F1 wheels, explicitly aiming to capture the attention of children and Gen Z consumers who scroll through TikTok and Instagram. This strategy is paying off. Data from 2025 indicates a global fan base of 827 million people, with 43% under the age of 35 . F1 is no longer selling just automotive engineering; it is selling a media ecosystem that competes with films, television, and video games for the consumer's fleeting attention.

However, this rapid Americanization has not been without friction. The move to Apple TV has created a two-tiered viewing experience. While the premium 4K service thrives, traditional casual viewers have been left behind, with some forced to rely on free ad-supported altcasts on Tubi . Furthermore, critics of Drive to Survive argue that later seasons have become sanitized, sacrificing raw authenticity for access as teams like Ferrari and Mercedes reassert control over their narratives . Yet, even these criticisms underscore F1's power: the sport has become such a hot commodity in the U.S. that the battle is no longer over visibility, but over the control of the story.

The impact of Formula 1 on the United States represents a masterclass in sports globalization. By prioritizing narrative storytelling over raw competition, embracing streaming technology over traditional cable, and actively courting a diverse, youthful demographic, F1 has achieved what was once thought impossible. A European motorsport has become a staple of American cultural conversation, shifting from a Sunday morning afterthought to a prime-time entertainment property. The transformation of the audience—younger, female, digital-native—is not just changing F1; it is setting a new standard for how all sports must evolve to survive in the modern attention economy. The checkered flag has waved over America, and the race has only just begun.

*А.М.Пантелеев, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

CHARACTERISTICS OF DIALOGUE IN TARANTINO'S FILMS, OR WHAT DO ANTON CHEKHOV AND QUENTIN TARANTINO HAVE IN COMMON

Not every line needs to move the story. In classic plays and films, characters usually say things that push the plot forward. But Chekhov (and later Tarantino) do something different. Their characters talk about everyday stuff — like the weather, what to eat, or small daily problems. This doesn't help the story go faster — it just makes the characters seem more like real people.

Forget the “gun on the wall” rule. Chekhov once said that if you show a gun in a scene, it should be fired later. But he didn't always follow this rule himself. Instead, he let characters talk about unimportant things — like an old cupboard in *The Cherry Orchard* or billiard balls. These details don't change the story — they just show what kind of people the characters are. Tarantino does the same: in *Pulp Fiction*, two hitmen spend time talking about what a Big Mac is called in France. It's not important for the plot, but it shows their personalities.

Talking just to be themselves. The characters don't speak to give the audience information. They speak because that's how real people are — they ramble, change topics, and say silly things. This makes them feel alive.

Silence and small talk show true feelings. When characters chat about nothing much, we can see what they're really like inside. Maybe they're nervous, or shy, or actually quite kind — even if they don't say it directly. The sillier the topic, the more we see their true selves.

Conflict isn't always loud and obvious. Usually in stories, characters argue or fight through their words. But in Chekhov and Tarantino's works, conflict can be hidden under normal talk — or there might be no conflict at all. This is more like real life: we don't always have big dramas. Often, the most important things happen in quiet moments, not during big events.

When we think of great dialogue writers, we often remember Oscar Wilde's clever jokes or Bernard Shaw's sharp sayings. But there is a stranger, more surprising tradition in art: dialogue that says nothing for the plot, yet tells us everything about the character.

At first glance, Anton Chekhov and Quentin Tarantino belong to different worlds. One is a quiet Russian playwright from the 19th century. The other is a director of loud, violent postmodern movies. But they share one beautiful gift:

they know how to use ordinary, empty chit-chat to make their characters breathe. They create the illusion that these people exist even when we are not watching.

In old-fashioned drama, every word had to work hard. It had to push the story toward the beginning, the middle, or the end. Chekhov changed everything. He made his characters talk about nothing important. Look at *The Cherry Orchard*. Lopakhin remembers how his father hit him as a child. Ranevskaya suggests he should get married. But these moments drown in talk about the weather, about a cucumber eaten by the servant Yasha, or about a broken billiard table. Chekhov shows us something true: people are afraid of silence. They talk to avoid thinking about the cherry orchard that is about to be lost. Their “empty” lines are masks. When Simeonov-Pishchik talks about horses or chalk, it’s not information. It’s the rhythm of a person breathing between the past and the future.

A hundred years later, Tarantino took this same trick and made it his own. *Pulp Fiction* is a giant collage of small talk. Many critics say the movie has almost no plot at all. Two hitmen drive a car and argue about what they call a Big Mac in France. Vincent and Mia sit in a diner and debate whether a five-dollar tip for a masseuse means something or nothing. These conversations do not bring us closer to the ending (which, by the way, is shown out of order). But they turn Vincent from just a gangster into a man who is a snob about hamburgers. They turn Mia into a woman tired of pretending to be cool.

Why does this matter to us as viewers or readers? Small talk lets us enter the story slowly. In a normal action movie, we know immediately who is good and who is bad. But with Chekhov and Tarantino, we first just listen to voices. A character talks about the weather — and we feel his worry. Another tells a silly joke — and we see her age. In *The Cherry Orchard*, Gaev makes a speech to an old cupboard. “Dear, most respected cupboard!” he says. It’s ridiculous. But through that emptiness, we understand: this man has lost touch with reality. It is easier for him to talk to furniture than to his own sister. In *Pulp Fiction*, the gangster Jules quotes the Bible before a killing. This is not a religious sermon. It is small talk of the highest kind — an attempt to give ordinary violence a ritual meaning.

The most wonderful thing is that these “empty dialogues” create a feeling of real life. In ordinary life, we don’t speak in clever sayings. We talk about nothing — about prices, about food, about sleep, about the strange habits of our neighbours. Chekhov was the first to understand that a stage should sound like a real conversation, with its awkward pauses and small repetitions. Tarantino turned this into his signature style. His characters can argue about Coca-Cola for half a movie. But when the moment of the gunshot finally comes, you

already know everything about them — from the way they joke to the way they fear silence.

So this is not just a clever trick for writers or directors. Chekhov and Tarantino, working far apart and never knowing each other, discovered the same truth: the emptier a dialogue seems for the plot, the fuller it is for understanding people. Small talk is a bridge between the character and us. It is built from the small things that real human life is made of. A talk about the name of a hamburger in France. A speech to an old cupboard. This is the hidden heartbeat of ordinary life. And that is why we love these characters — because they speak just like us, saying nothing, yet telling everything.

*Д.В. Попович, студ.; рук. Е.Б. Староверова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

LANGUAGE PREDOMINATING IN CONTEMPORARY MUSIC TODAY

This paper addresses the question of language dominance in the global music industry. While many assume that English remains the undisputed leader, recent trends show a more complex picture. The aim of this study is to determine which language currently prevails and whether the situation is I

The modern music industry is increasingly globalised, raising a clear question: which language dominates the charts and streaming platforms today? The analysis shows that English remains the absolute leader. According to the IFPI Global Music Report 2024, over 65 % of the most streamed songs worldwide are performed in English. This is explained by the historical influence of the US and UK music industries, the concentration of major labels, and the algorithmic logic of platforms like Spotify and YouTube.

Nevertheless, recent years have witnessed the rapid growth of non-English music. Spanish ranks second, largely due to the global success of reggaeton and Latin pop (artists like Bad Bunny, Karol G). In 2023, Spanish-language tracks occupied 12 % of the Billboard Global 200. Korean (K-pop) demonstrates even higher engagement rates, especially among younger audiences, though its total share remains below 5 %. Other languages — Hindi, French, German, and Japanese — appear in niche markets but rarely reach global top-50 lists.

Thus, while English still predominates in contemporary music in terms of volume and reach, the landscape is becoming multilingual. Streaming platforms and social media (TikTok) actively promote local hits internationally. The future most likely belongs not to a single dominant language, but to a hy-

brid model where English serves as a “bridge language”, while regional languages gain increasing recognition.

Bibliography

1. IFPI. Global Music Report 2024. — London: IFPI, 2024. — P. 34–41.
2. Billboard. Year-End Charts: Global 200. [Electronic resource]. — URL: <https://www.billboard.com/charts/year-end/global-200/> (accessed: 09.04.2026).
3. Streaming and language dominance in the post-English era // International Journal of Music Business Research. — 2023. — Vol. 12, № 2. — P. 15–29.

*М.Д. Рантанин, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

THE BIRTH OF U.S. CAR CULTURE

1. Economic Foundation: Mass Consumption After the War

Income Growth & Suburbanization: After WWII, the U.S. entered an economic boom. Rising real incomes and affordable veteran mortgages (GI Bill) triggered a mass move of the middle class from cities to the suburbs.

Car Affordability: By the 1950s, the car was no longer a luxury. Thanks to assembly line technology, a car cost roughly 1.5–2 average monthly salaries, making it accessible to working-class families and clerks.

2. The Car as an Architect of Space (Suburbanization)

Break with Public Transit: Suburban infrastructure was designed exclusively for private vehicles. Streetcar lines (e.g., in Los Angeles) were dismantled (the "GM conspiracy theory").

New Housing Typology: The emergence of the Ranch-style house with an attached two-car garage and a driveway. A house without a garage was considered incomplete.

3. Cultural Phenomenon of the 1950s: Design and Freedom

Tailfin Aesthetics (Tailfin Era): Car design (especially Cadillac, Chrysler) was influenced by aviation and space. Chrome details, tailfins, and two-tone paint schemes were status displays.

Drive-In Culture: The rise of drive-in theaters (peak at 4,000 screens), drive-thru restaurants (first McDonald's car conveyor in 1948), and motels. Dating or family dinners now happened inside the car or through its window.

4. Social Transformation of the 1960s: Muscle Cars & Generational Rebellion

Stoplight Racing: Affluent youth demanded speed. The emergence of the Muscle Car segment (Pontiac GTO, Ford Mustang in 1964): a relatively cheap coupe with a massive V8 engine.

Car as Counterculture Symbol: While fathers drove sedans, hippies and students chose vans (Volkswagen Bus) or old station wagons, painting them in psychedelic styles. Hitchhiking became a ritual of free movement.

5. Infrastructure Revolution: Interstate Highway System (1956)

Interstate Highway Act (Federal Aid Highway Act): Signed by Eisenhower, a \$425 billion project (in 2006 dollars) built 68,000 km of high-speed roads.

Consequences: Destruction of small towns bypassed by highways; the rise of gas station chains (Amoco, Texaco) and motels (Holiday Inn). A coast-to-coast trip (New York to Los Angeles) was cut from 2 weeks to 4 days.

6. The Car in Art and Psychology

Fetishization of Escape: Images of wrecked cars, empty highways, and roadside bars in pop art (Edward Hopper, Andy Warhol).

Rock 'n' Roll: Songs like Fun, Fun, Fun (Beach Boys) and Maybellene (Chuck Berry) described the car as a tool for courtship, competition, and escapism. The car as an extension of the driver's body.

7. Crisis and Transformation of the 1970s: End of the "Golden Age"

1973 Oil Embargo: Sharp gasoline price spike (from 30 to 55 cents per gallon within a year) and fuel shortages. Giant V8 "land yachts" (8–10 liters, 25–30 L/100 km) became unaffordable luxuries.

Japanese Car Invasion: Toyota, Datsun (Nissan), and Honda offered compact, economical, and reliable cars that mocked Detroit's quality. By 1980, Japanese brands held 20% of the U.S. market.

Regulation: Introduction of safety standards (airbags, catalytic converters) and fuel economy requirements (CAFE). Engine power dropped (the "small car era").

8. The Outcome of 1980: A Revaluation of Values

By the end of the period, American car culture had split: the pickup truck (work and daily life) and station wagon (minivan) replaced convertibles and coupes.

The car ceased to be a symbol of absolute freedom and became a tool of pragmatic survival in an era of expensive fuel and traffic jams, though nostalgia for the "golden 1950s" lived on in collector cars and retro shows.

9. The Emergence of "Car Cities": Los Angeles as a Model

Los Angeles became the first city designed for the car, not the person. Lack of a single center, low-density sprawl, and multi-level interchanges (e.g., the Four Level in 1953) made life without a car impossible.

Smog as a Consequence: By the late 1950s, dense photochemical smog from V8 exhaust became the city's trademark, leading to the world's first emission control laws (California Air Resources Board, 1967).

10. Drive-Thru as a New Form of Service

While 1940s restaurants offered parking and service by carhops on rollers, the 1970s saw the rise of the pick-up window: the customer never leaves the car.

McDonald's, Burger King, and Taco Bell standardized the "car menu," shaping national eating habits — one-handed driving meals became the norm.

11. The Car as a Dating Space and Sexual Revolution Enabler

The spacious back seats of American sedans (especially with folding armrests) turned into mobile bedrooms for teenagers whose parents controlled the living room but not the garage.

The term "backseat bingo" and a rise in "automobile pregnancies" in the 1950s–60s became a social phenomenon, described in magazines and comedies (e.g., *American Graffiti*, 1973).

12. The Birth of Tuning Culture and Hot Rodding

War veterans with mechanical skills began putting powerful engines (e.g., V12s from tanks) into lightweight old 1930s cars.

Racing on dry salt flats (Bonneville Salt Flats) and the legalization of drag racing through associations like the NHRA (founded in 1951) turned backyard tuning into a national sport.

13. Evolution of the Gas Station: From Functionality to Architecture

In the 1950s, gas stations ceased to be just pumps. They became temples of Googie style — with huge wing-like canopies, neon signs, and glass pavilions featuring restrooms and soda vending machines.

Branding at Speed: Unique roof shapes (e.g., cones) allowed drivers to recognize a Shell or Mobil station from a mile away.

14. Drive-In Theaters as Family Leisure and "Quiet Rebellion"

Peak popularity came in 1958 (about 4,063 screens). A family arrived by car, hung a speaker on the window, and watched a movie; children often slept in the back seat in pajamas.

1970s Paradox: Drive-ins became venues for exploitation cinema ("porn behind the wheel"), leading to stigmatization and decline with the arrival of home video.

15. The Evolution of Driver's Licenses and Teen Freedom

In 1950, a driver's license was an adult male's attribute. By 1965, getting a license at 16 had become a rite of passage for any American teenager, regardless of gender.

The emergence of "cruising" — aimless driving down the main street (e.g., Route 66 in San Bernardino) to show off yourself, your music, and your car. Police began cracking down on cruising in the late 1970s.

16. Musical Influence: Not Just Rock 'n' Roll

Country music formed a separate subgenre — "road music" (Johnny Cash, I've Been Everywhere; Merle Haggard, White Line Fever) — where the truck and truck driver became romantic heroes.

In the 1970s, Iggy Pop and James Brown sang about specific models (GM midsize sedans), while the song Low Rider (War, 1975) celebrated Chicano lowrider culture.

17. The Car as a Weapon and Tool of Violence

The Dark Side of Freedom: A sharp rise in fatal car accidents. In 1972, 54,589 people died on U.S. roads — an all-time peak.

The public movement "Fight Against Killers on the Highways" led to mandatory seatbelt installation (1968 federal law) and the creation of airbag systems (first series production: 1973 Oldsmobile Tornado, though initially voluntary).

18. The 1973 Crisis and National Psychological Trauma

For the first time, Americans saw gasoline lines (odd-even license plate rationing). Psychologically, it was compared to the Great Depression.

The mass shift to subcompacts (Ford Pinto, Chevrolet Vega) turned into a quality disaster: these cars rusted before your eyes and exploded in rear-end collisions (the Pinto scandal), discrediting the idea of an "economical American car."

19. Revival of "Classics" in the Late 1970s as Escapism

In response to dull Japanese "boxes" and detuned engines, the restomod movement emerged: old 1950s bodies stuffed with modern engines and suspensions.

The appearance of nostalgic models from manufacturers: the 1976 Cadillac Eldorado in a "neo-classic" style with a fake spare tire on the trunk lid — an attempt to escape the reality of the oil crisis.

20. The End of an Era (1980): Victory of Front-Wheel Drive and Electronics

The 1950s began with giant rear-wheel-drive "boats" on torque converters. The 1980s ended with the victory of the front-wheel-drive layout (first mass-produced: Dodge Aries K, 1980).

Electronic fuel injection (first series computer-controlled: 1975 Cadillac with Bendix module) and microprocessors in engines buried the era of carburetors and "manual" car control, opening the road to the modern automobile.

*А.Р. Романов, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

THE BRITISH CAT: FROM MANDATORY MICROCHIPS TO MENTAL HEALTH GUARDIANS

In the landscape of European pet ownership, the United Kingdom occupies a distinctive position. With one of the highest rates of pet ownership on the continent, cats in the UK are not merely tolerated strays or utilitarian mousers; they are, for millions of British households, full-fledged family members. This paper argues that the UK's relationship with domestic cats has evolved into a unique cultural phenomenon characterized by legal responsibility, emotional intimacy, and a sophisticated commercial ecosystem. By examining recent legislation, social attitudes, and emerging ethical concerns, we can understand how cats have become simultaneously beloved companions and symbols of modern British notions of welfare, mental health, and community responsibility.

First, the scale of cat ownership in the UK is remarkable. Cats are statistically as popular as dogs, yet their appeal skews particularly toward urban dwellers who may lack the space or schedule for a canine companion. In London, Manchester, and Birmingham, flats and small terraced houses are more accommodating to a litter box than to twice-daily walks. This demographic reality has normalized cats as the default pet for young professionals, students, and elderly citizens alike. However, popularity alone does not explain the depth of the British commitment to felines. Since 2024, England has implemented a landmark policy: mandatory microchipping for all cats. By law, every domestic cat must be implanted with an identifiable microchip linked to an up-to-date database. This legislation, unprecedented in many other nations, reflects a profound cultural commitment to responsible ownership and animal recovery. Lost cats are no longer anonymous strays but traceable individuals. Lost dogs have been subject to similar rules for years; extending this duty to cats signals that British society views feline lives as equally worthy of administrative protection.

Second, the status of cats as family members permeates everyday British life. It is not uncommon for owners to celebrate cat birthdays with special treats, to purchase luxury accessories such as designer cat trees or heated beds that cost more than human furniture, and to explicitly include their cats in holiday planning — whether through pet-friendly accommodations or professional cat-sitting services. This is not mere indulgence but a redefinition of the pet-owner relationship. A British person asked "Do you have children?" might casually answer, "No, but I have two cats," implying not a substitute but a le-

gitimate alternative form of household companionship. The emotional vocabulary used is telling: owners speak of their cats' "personalities," "preferences," and "moods" with the seriousness reserved for human relatives. Cats are consulted on moving houses, introduced to new romantic partners, and mourned with funerals and memorial services. This anthropomorphization, while occasionally mocked, has concrete effects: it drives demand for a specialized pet industry that rivals those of many human sectors.

Third, the UK has developed a thriving, highly specialized pet industry for cats. Beyond the predictable shelves of supermarkets stocked with premium cat food (grain-free, organic, single-protein), the market now includes cat water fountains, subscription boxes of toys, environmentally friendly wood-pellet litter, GPS trackers, and even cat behaviourists who charge consultation fees comparable to human therapists. Cat hotels — boarding facilities with individual suites, climbing walls, and webcam access for anxious owners — have proliferated across the country. Grooming services for cats, once rare due to feline aversion to water and strangers, have adapted with low-stress techniques and mobile salons. This commercial ecosystem is not merely capitalist excess; it is evidence of how British society has normalized the idea that cat welfare requires ongoing professional investment. A person hiring a cat behaviourist to address litter-box avoidance is not considered eccentric but responsible.

Fourth, and perhaps most significantly, Britons openly acknowledge the mental health benefits of living with cats. Unlike in some cultures where pet attachment is viewed with suspicion, UK public discourse readily accepts that cats reduce stress, alleviate loneliness, and provide structure for people living alone. During the COVID-19 lockdowns, cat ownership surged precisely because isolation made the need for non-human companionship acute. More formally, cat therapy — structured interactions with therapy cats in care homes, hospitals, and universities — is recognized by British mental health practitioners as a legitimate complementary intervention. Students report that studying with a cat on their lap reduces exam anxiety; elderly people report that feeding a cat gives them a reason to maintain daily routines. This is not sentimental exaggeration but a reflection of biophilia: the human need for connection to other living beings. In a country where winter darkness and social reserve can amplify loneliness, the warm weight of a purring cat on a lap is understood as genuine healthcare.

However, this loving relationship has a shadow. Following the post-pandemic pet boom, when millions of Britons acquired cats during lockdowns, there has been a worrying rise in abandonments as offices reopen and travel resumes. Shelters report being overwhelmed. This has galvanized public support for rehoming centres such as the RSPCA and Battersea Dogs & Cats Home, which have become national institutions with royal patronage and

widespread fundraising. Equally, there is growing public opposition to illegal kitten farms — unlicensed, often cruel breeding operations that prioritize profit over animal welfare. British consumers are increasingly educated about adopting rather than shopping, and campaigns against "puppy farms" have extended to kittens. Ethical concerns have also sharpened around declawing (illegal in the UK since 2006), outdoor access (many Britons still believe cats need outdoor freedom, though this is debated), and breeding extreme features such as flat faces in Persian cats.

As we see, the cat in the United Kingdom is far more than a pet. It is a legally identified individual, a family member, a driver of commercial innovation, an informal therapist, and a test case for ethical responsibility. The mandatory microchipping law of 2024 is not an anomaly but a logical endpoint of a culture that has, over decades, taken feline welfare seriously. For students of cross-cultural animal studies, the British cat offers a fascinating case: a creature that is simultaneously independent and dependent, wild and domestic, aloof and affectionate — much like the British themselves. Understanding this relationship illuminates not only how Britons treat their cats but how they understand care, solitude, and companionship in the twenty-first century.

*A.B. Рыдлева, студ.; рук. М.А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

WEATHER AS A NATIONAL OBSESSION: A LINGUOCULTURAL ANALYSIS OF ENGLISH IDIOMS ABOUT RAIN AND FOG

The British conversation about weather is a cultural ritual that goes far beyond meteorology. This report explores how the English language's rich vocabulary for rain and fog reflects national character and cognitive priorities.

The Lexical Obsession with Rain. Linguists note that while the Inuit have many words for snow, the British have developed a vast spectrum for wet weather to navigate their unpredictable climate. The language distinguishes intensity and social impact: from a soft mizzle (a dialect word for fine rain) and a slight spitting, to a disruptive downpour or cloudburst. This lexical density allows speakers to emotionally process and share the experience of weather as a communal topic.

Meteorological Metaphors Shaping Behavior. Weather terminology frequently migrates into abstract domains to model social behavior:

- To be under the weather: Originating from maritime slang for sailors feeling seasick, it now universally signifies feeling ill, linking physical environment directly to physical state.

- A storm in a teacup (or tempest in a teapot): This idiom, dating back to Cicero's era, describes a small event blown out of proportion. It serves as a social corrective, discouraging public drama by trivializing conflict.

The Social Function. Weather talk acts as a "safe" conversational propellant. In British culture, where directness can be viewed with suspicion, discussing rain functions as a neutral territory to establish rapport without emotional risk. The phrase "I'd take an umbrella" often functions as a high-level warning, demonstrating how weather talk replaces direct commands with implied consensus.

English idioms about rain and fog are not just descriptive tools; they are cognitive maps. They reveal a culture that manages social anxiety through the shared, safe observation of the sky.

References

1. URL: <https://tractatus.sumdu.edu.ua/index.php/journal/article/view/1100> (дата обращения 10.04.2026)
2. URL: <https://www.wordreference.com/definition/mizzle> (дата обращения 10.04.2026)
3. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Tempest_in_a_teapot?ysclid=mo60bo0wcd591718467 (дата обращения 11.04.2026)
4. URL: <https://www.etymonline.com/word/under%20the%20weather> (дата обращения 11.04.2026)
5. URL: <https://poemanalysis.com/idiom/a-storm-in-a-teacup/> (дата обращения 11.04.2026)
6. URL: <https://www.gingersoftware.com/content/phrases/under-the-weather> (дата обращения 11.04.2026)

*А.А. Синявин, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

THE SACRED CIRCLE CROSSES THE NORTH SEA: THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF SUMO IN GREAT BRITAIN

At first glance, few sporting traditions appear more quintessentially Japanese than sumo. With its Shinto rituals, salt purification ceremonies, and towering wrestlers bound by centuries of tradition, sumo seems an unlikely candidate for transplantation to the rainy, pragmatic shores of Great Britain. Yet, against all expectations, sumo has not only arrived in the UK but is quietly thriving. From a historic tournament at the Royal Albert Hall to the rise of

British amateur clubs and even a teenage athlete's journey to a professional Japanese heya (training stable), the story of sumo in Britain is a fascinating case study in cultural diffusion, digital-age rediscovery, and the delicate balance between authenticity and adaptation. This paper traces the historical roots, modern catalysts, institutional growth, and unique sociocultural challenges of sumo's British journey.

The relationship between Britain and sumo is far older than most contemporary fans realise. The first public introduction of Japanese wrestling to British audiences occurred as early as 1910, during the Japan–British Exhibition. However, the truly symbolic milestone came in 1991, when a prestigious sumo tournament was held at the Royal Albert Hall in London. For British spectators of that era, sumo remained largely an exotic spectacle — a curious display of size and ritual with little connection to the domestic sporting landscape. Then, for thirty-four years, the sumo ring fell silent in Britain. The sport retreated to the margins, known only to a small circle of enthusiasts and those who caught glimpses of it on late-night satellite television.

That silence was broken dramatically in October 2025, when the Grand Tournament of sumo returned to the Royal Albert Hall. This event was not merely a nostalgic reprise but a genuine renaissance. The venue, one of London's most prestigious cultural spaces, hosted sold-out crowds night after night. The 2025 tournament demonstrated conclusively that the British public was no longer content to view sumo as a freakish sideshow. Instead, spectators approached it as a serious sporting and cultural phenomenon, appreciating both the athletic brutality of the clinch and the solemn dignity of the pre-bout rituals. The first wave of interest in 1991 had planted a seed; the 2025 tournament proved that the soil was finally fertile.

What changed between 1991 and 2025? The single most transformative factor has been the rise of social media. Sumo, it turns out, is perfectly designed for the TikTok generation. A typical professional match lasts between ten and fifteen seconds — a burst of explosive action followed by immediate resolution. This micro-duration aligns seamlessly with short-form video platforms, where attention spans are measured in seconds and algorithmic recommendations reward high-intensity, easily digestible content. Social media algorithms have proven remarkably adept at identifying sumo footage and serving it to audiences already interested in combat sports such as boxing and mixed martial arts (MMA). A fan watching a knockout compilation might soon find themselves watching a yokozuna (grand champion) execute a flawless leg sweep. The visual contrast — gigantic athletes moving with shocking agility — is inherently viral.

The 2025 London tournament itself was a masterclass in modern sports promotion. Beyond the matches, the organisers understood the importance of

what might be called "spectacle infrastructure." Photographs of sumo wrestlers — enormous, traditionally garbed, and utterly incongruous — riding London's rental bicycles or posing stoically in front of Buckingham Palace flooded social media. These images went viral not because they mocked the athletes but because they humanised them. The fearsome, scowling wrestler became, for a moment, a tourist like anyone else, struggling with a bicycle seat or navigating a zebra crossing. This delicate balance — preserving dignity while allowing approachability — was key to the tournament's resonance with a British audience that prize both respect for tradition and a healthy dose of self-deprecating humour.

The 2025 tournament was not a one-off event but a catalyst for permanent change. Prior to the recent surge, Great Britain could boast only two dedicated sumo clubs. Today, the British Sumo Federation oversees more than thirteen official organisations spread across the entire country, from Scotland to Belfast. This represents not a marginal increase but an exponential multiplication of grassroots infrastructure. The Federation has announced plans to hold the first-ever British Isles Sumo Championship in 2026 — a landmark moment that will formalise domestic competition and, crucially, create a pathway from local club to national representative.

Perhaps the most significant adaptation for the British context has been the modification of traditional sumo rules to suit local realities and values. In professional Japanese sumo (Ozumo), there are no weight categories. A 100-kilogram wrestler can, in theory, face a 200-kilogram opponent. This is a point of aesthetic and philosophical principle: size differential is part of the drama. However, British amateur leagues have introduced weight divisions — lightweight, middleweight, and heavyweight — to encourage broader participation. Furthermore, British sumo has actively recruited women and children, groups traditionally excluded from professional sumo's sacred spaces. This inclusive approach makes the sport accessible to a far wider demographic, transforming it from a niche spectacle into a viable recreational activity for ordinary people.

The seriousness of British commitment to sumo is perhaps best illustrated by a single name: Nicholas Tarasenko. At just fifteen years old, this athlete from Hull accomplished something extraordinarily rare. He became only the second British citizen in history to be accepted into a professional sumo stable (heya) in Japan, where he now trains and competes at the highest level of the Japanese league. Admission to a heya is not merely a matter of physical strength; it demands profound knowledge of Japanese language, customs, and the intricate hierarchy of sumo's daily life. Tarasenko's acceptance signals that British sumo has moved beyond casual fascination. It now produces athletes capable of meeting the exacting standards of the sport's spiritual homeland.

Yet the road is not without obstacles. Organisers face a persistent challenge: how to explain sumo's deep Shinto subtext to a Western audience unfamiliar with Japanese religious traditions. The salt throwing to purify the ring, the stomping to drive away evil spirits, the ritual clapping to attract the attention of the gods — these are not decorative flourishes but the spiritual core of sumo. Without them, sumo collapses into mere wrestling. But with them, there is a risk of alienating spectators who find religious rituals from another culture confusing or off-putting. At the 2025 Albert Hall tournament, a pragmatic solution was found: subtitles and audio commentary delivered via headphones, explaining the significance of each ritual without disrupting the visual spectacle.

There have also been logistical and domestic curiosities. The presence of sumo in Britain has generated uniquely British problems. For the London tournament, organisers had to reinforce floor-mounted toilets, as standard fittings were not designed for athletes weighing over 150 kilograms. Chairs had to be specially purchased to withstand weights of up to 200 kilograms. The combined body mass of forty wrestlers exceeded six tons — a structural consideration that architects of Victorian-era venues like the Albert Hall could never have anticipated. Catering posed another challenge: sourcing and preparing the enormous quantities of rice and noodles required to feed sumo athletes accustomed to consuming thousands of calories in a single meal.

Finally, what is the long-term prognosis for sumo in Britain? Experts converge on a measured prediction. Sumo will almost certainly never become a mass-participation sport comparable to football or rugby. The physical requirements, the cultural specificity, and the sheer intimidation of entering a sumo ring will keep participation numbers modest. However, sumo is likely to retain a secure niche as a respected martial art and cultural phenomenon — valued both as spectacular entertainment and as a legitimate means of physical development for dedicated amateurs. This, in itself, is a success. Not every cultural import needs to conquer the nation. Sometimes, the most meaningful cross-cultural exchanges are those that find a small, loyal, and genuinely appreciative audience. The sacred circle has crossed the North Sea. It may never fill Wembley Stadium every weekend, but it has found a home.

*М.А. Смирнов студ.; рук Е. Б. Староверова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

HOW TEA CHANGED ENGLAND: FROM EXOTIC BEVERAGE TO NATIONAL ICON

In the mid-17th century, tea was unknown in England, yet by the early 19th century it had become an integral part of daily life across all social classes. In 1662, the Portuguese infanta Catherine of Braganza, upon marrying Charles II, brought her habit of drinking tea, making the beverage fashionable among the aristocracy. By 1750, tea was already being imported at over 2 million pounds per year, despite high duties. The development of the afternoon tea tradition is attributed to Anna, Duchess of Bedford, who in 1840 began drinking tea with light snacks between lunch and a late dinner. This ritual quickly spread among the middle and upper classes, eventually becoming a quintessential English custom known worldwide.

The economic impact of tea was profound. The formula for total revenue from tea sales including tax:

$$R = P \cdot Q - t \cdot Q$$

where P is price per pound, Q is sales volume, and t is duty. By 1800, 80% of English families were drinking tea, which stimulated the development of the porcelain industry and special utensils — teapots, milk jugs, and sugar bowls. The notorious Boston Tea Party of 1773, a response to British tea taxes, strengthened tea's symbolic status in England as a patriotic alternative to coffee.

Tea also improved public health: boiled water killed bacteria, reducing dysentery and cholera among factory workers. By the end of the 19th century, tea had become a symbol of English national identity. Thus, the humble Chinese leaf turned into an engine of England's economy, culture, and health.

Bibliography

1. Pettigrew J. A Social History of Tea. London: National Trust Books, 2014. 200 p.
2. Fromer J.E. A Necessary Luxury: Tea in Victorian England. Athens: Ohio University Press, 2008. 376 p.

*С. Солодов, студ.; рук. Е.Б. Староверова, ст.преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

LED ZEPPELIN: THE PHENOMENON OF BRITISH ROCK MUSIC AND ITS INFLUENCE ON WORLD CULTURE

The article is devoted to the band Led Zeppelin. I have chosen this topic because I consider their work a unique phenomenon.

Imagine: 1968, London. Four musicians come together and create a band destined to change the world. It was said that guitarist Jimmy Page sold his soul for that legendary guitar sound. He denied it, but when you hear the intro to «Stairway to Heaven» or the growl of the guitar in «Whole Lotta Love», you start to wonder.

Throughout their career, the band released eight studio albums. The best-selling one is «Led Zeppelin IV» (1971). There is no album title on the cover, but it contains «Stairway to Heaven» — a song called the greatest in rock history. Interestingly, it was never released as a single, yet it became the most played song on American radio of all time. In total, the band sold over 300 million records worldwide. Led Zeppelin didn't just play rock — they created myths. Mysterious symbols on the covers, no interviews, a ban on singles (only albums!), and stories about concerts that lasted three hours.

Their music hasn't aged. Ask any student wearing a Zeppelin t-shirt — they will recognize the first guitar riff of «Kashmir» from just three notes. Because Led Zeppelin is about that feeling when you get goosebumps. It's about energy that bursts over the edge. The band broke up in 1980 after the death of drummer John Bonham. But the main legacy of Led Zeppelin is how they changed the very idea of rock music. Before them, rock was about three chords and simple words. After them — about epic canvases, eastern motifs, complex arrangements, and a sound you want to call «cosmic».

Bibliography

1. Welch, C. Led Zeppelin: The Complete Biography. Moscow: AST, 2017. 320 p.
2. Popov, T. Led Zeppelin: Behind Every Mirage. St. Petersburg: Amphora, 2015. 255 p.

*Д. Тихонов, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

TRADITIONAL ENGLISH DISHES AND THE HISTORY OF ENGLISH FOOD

Traditional English food suffers from a reputation problem. For decades, international stereotypes have reduced it to boiled vegetables, bland roasts, and the culinary horrors of 1970s school dinners. Visitors arrive expecting—perhaps even hoping—to confirm their prejudices. Yet this caricature ignores a more interesting reality. Traditional English cuisine, born from necessity rather than opulence, has quietly survived industrialization, postwar rationing, and globalization. It deserves neither uncritical praise nor dismissive mockery but serious examination. This paper argues that authentic English cooking rests on four pillars: the Sunday roast, the full breakfast, savoury pies and puddings, and the tea-time ritual. However, to understand these dishes properly, one must first understand the historical forces that shaped them.

The story of English food begins not with blandness but with medieval abundance. Before the Tudor period, English cookery was highly spiced, reflecting trade routes to Asia and the Middle East. Cookbooks such as *The Forme of Cury* (circa 1390), written for the court of Richard II, reveal dishes flavoured with saffron, ginger, cinnamon, and cloves. The Norman Conquest (1066) introduced French culinary techniques and a hierarchy of dining: the nobility ate swan, peacock, and heron, while peasants subsisted on pottage—a thick soup of grains, legumes, and whatever vegetables were available. Pottage, endlessly variable and economical, remained the daily meal of the poor for six centuries.

The Reformation and the enclosure movement (16th–18th centuries) transformed English eating. The dissolution of the monasteries eliminated a major source of charitable feeding. Enclosure drove peasants off common land, reducing access to grazing and wild foods. Meanwhile, the growth of the British Empire brought new ingredients: tea from China, sugar from the Caribbean (sourced through slavery), and spices from India. By the Victorian era (1837–1901), English cuisine had diverged into two streams. The upper classes dined elaborately, influenced by French haute cuisine. The working classes, newly urbanized and impoverished, relied on bread, dripping, potatoes, and the occasional purchase of cheap cuts. This was the period that gave English food its reputation for plainness: industrial cities required food that was cheap, calorie-dense, and quick to prepare. Subtlety became a luxury.

The 20th century delivered two hammer blows. First, the First and Second World Wars necessitated rationing, which lasted from 1940 to 1954—fourteen

years of restricted sugar, fats, meat, and eggs. Rationing broke the continuity of English cooking, eliminating dishes that required abundant butter or cream. Second, the post-war rise of convenience foods and the influence of American fast food further eroded traditional cooking knowledge. By the 1970s, the stereotype of "bad English food" was largely accurate for the average household. However, the revival began in the 1990s, led by chefs like Hugh Fearnley-Whittingstall and Fergus Henderson, who championed "nose-to-tail" eating and seasonal, locally sourced ingredients—principles that English cuisine had always followed before industrialization.

The Sunday roast is the undisputed centrepiece of English domestic cooking. Typically consisting of roasted meat (beef, lamb, chicken, or pork), potatoes crisped in animal fat, Yorkshire pudding (a baked batter originally used to stretch a meagre portion of meat), vegetables, and gravy, the roast transforms Sunday lunch from a meal into an institution. Historically, the roast emerged from medieval practice: servants would spit-roast meat while their employers attended church. Today, the Sunday roast remains the rare occasion when English families sit down together for a formal meal, and pub roasts have become a weekly pilgrimage for young urbanites. The Yorkshire pudding—crisp on the outside, soft within—epitomizes English ingenuity: using cheap flour and eggs to create something that feels celebratory.

The full English breakfast, known affectionately as the "fry-up," presents a contrasting face of the national cuisine: hearty, calorific, and unapologetically savoury. A traditional plate includes bacon, sausages, fried eggs, black pudding (blood sausage), baked beans, grilled tomatoes, fried mushrooms, and toast or fried bread. Regional variations exist—the Full Scottish adds haggis and potato scones—but the core remains consistent. Originally a Victorian invention for the wealthy, the fry-up became a working-class staple during the Industrial Revolution, providing sustained energy for manual labour. Its decline due to health concerns has been offset by a countervailing affection for occasional indulgence.

Savoury pies and puddings represent the third pillar, perhaps the most genuinely "English" category because it has no direct equivalent in other European cuisines. Steak and kidney pie, cottage pie (minced beef with mashed potato topping), shepherd's pie (lamb, same topping), and the extraordinary steak and kidney pudding—steamed suet pastry encasing a rich gravy—all emerged from the need to render cheap cuts of meat edible. Suet, the hard fat found around animal kidneys, creates a dense, moist pastry that steams to a dark, glistening finish. The Cornish pasty, a crimped pastry pocket filled with meat and vegetables, was designed as a portable lunch for tin miners, who held the crimped edge as a disposable handle before throwing it away to avoid consuming arse-

nic-laced dust from their fingers. These dishes are the direct descendants of medieval pottage: resourceful, filling, and deeply satisfying.

Finally, afternoon tea and its associated foods—scones with clotted cream and jam, finger sandwiches, Victoria sponge cake—represent English cuisine at its most social and, paradoxically, its most class-conscious. Popularized by the 7th Duchess of Bedford in the 1840s, afternoon tea filled the long gap between a light lunch and a late dinner. The modern iteration, whether taken at the Ritz or a village tea room, is a ritual of small pleasures: the proper order of eating (sandwiches first, then scones, then cakes), the debate over whether jam or cream goes first on a scone (a source of rivalry between Cornwall and Devon), and the precise temperature of the tea.

In conclusion, traditional English food is not trying to be French. It lacks sauces, reductions, and artistic plating. What it offers instead is something rarer in globalized cuisine: authenticity without pretension. The Sunday roast is family time on a plate. The full breakfast is a celebration of morning abundance. The savoury pie is resourceful poverty transformed into pleasure. Afternoon tea is a ritual of connection. These dishes persist not because the English are conservative eaters but because they encode values—frugality, comfort, community—that no amount of gastronomic fashion can replace. Understanding the history of English cuisine—from medieval spices to wartime rationing—reveals that the stereotype of "blandness" is a historical artifact of industrialization and austerity, not a timeless truth. To understand England, one must eat its food. But one must first stop laughing at the menu.

*Е.К. Ухов, студ.; рук. Е.В. Орлова, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

IT-СЛЕНГ: КАК ПОНИМАТЬ РАЗРАБОТЧИКОВ

В современном мире IT-сленг перестал быть узкоспециализированным набором символов, трансформировавшись в полноценный профессиональный диалект. Его развитие является закономерной реакцией на интенсивное образование многокомпонентных терминологических сочетаний в сфере информационных технологий [1].

Основу данной работы составляют английские аббревиатуры, которые в процессе адаптации перешли из разряда сухих технических терминов в элементы повседневной речи разработчиков. Причинами появления таких единиц являются потребность в именовании новых явлений, стремление к экономии речевых усилий, а также необходимость экспрессивной окраски профессиональной коммуникации.

Для систематизации профессионального жаргона целесообразно классифицировать используемые сокращения по способу их образования. В рамках исследования было выявлено следующее распределение:

Инициальные аббревиатуры (65%) [1] - образованы из начальных букв слов (пример: MVP (Minimum Viable Product/Минимально жизнеспособный продукт) - [ˌem.vi:ˈpi:]). Их популярность объясняется максимальной экономией речевых усилий при передаче сложных технических понятий.

Акронимы (20%) [1] - сокращения, читаемые как цельное слово. Представляют собой более сложную лингвистическую категорию. Их использование требует создания благозвучных буквосочетаний (например, SaaS (Software as a Service/Программное обеспечение как услуга) - [sæs]), что делает их удобными для устной коммуникации, но ограничивает их количество в языке.

Усечения и гибридные формы (15%) [1] - результат усечения морфем или комбинации слогов (например, PrSc (от Print Screen/Печать экрана). Характерны преимущественно для неформального общения и мессенджеров.

Таким образом, умение оперировать данными категориями становится обязательным требованием для современного специалиста. В условиях высокой скорости обмена информацией владение IT-сленгом выступает не только средством коммуникации, но и важным конкурентным преимуществом на рынке труда.

Библиографический список

1. Бричева М.М. Компьютерные термины-аббревиатуры в английском языке // The scientific heritage. 2019. №41. С. 49–51.

*О.Ю. Финашутина, студ.; рук. М. А. Кулагина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

UNIQUE IRISH CUISINE: FROM THE CRUELTY OF SURVIVAL TO THE POETRY OF TERROIR

Irish cuisine presents a fascinating paradox to the student of gastronomy: at first glance, it appears monolithic, defined by the potato and little else, yet a deeper exploration reveals a culinary identity forged by the brutal forces of isolation, colonial economics, and ecological catastrophe. Unlike the refined courtly cuisines of continental Europe, Ireland's food tradition was not built on opulence but on the raw foundation of survival. Shaped by a harsh Atlantic

climate, poor soil, and historical wood scarcity, the Irish kitchen evolved around the three-legged cast-iron pot over an open hearth. This technological constraint prioritized boiling and stewing over baking or frying, giving birth to iconic dishes like Irish stew — not the gourmet lamb stew of modern restaurants, but the original, frugal version made from old mutton, potatoes, onions, and water, thickened only by the starch of the potato itself. This was a philosophy of non-wastefulness: every tough fiber of meat and every offal part was utilized, evidenced by traditional blood puddings such as drisheen.

The true catalyst that reshaped Ireland's culinary destiny was the potato. Introduced in the late 16th century, this Andean tuber found an unlikely home on Ireland's marginal land, providing unparalleled caloric yields where grains failed. The potato became more than food; it became a system of life, allowing a rapidly growing population to subsist on tiny plots of land. However, this blessing contained the seed of apocalypse. The Great Famine (1845–1852) was not merely a natural disaster but a rupture in the very fabric of Irish culinary memory. The failure of the potato monoculture decimated the population by a million deaths and another million emigrants, effectively erasing much of the pre-famine food heritage. What survived was a traumatized, simplified palate — a collective amnesia where food became purely functional, stripped of its celebratory context for generations.

Yet, to define Irish cuisine solely by the potato and the Famine would be to ignore its deeper, ancient strata. Historically, Ireland was celebrated as a “land of milk and honey,” a reputation rooted in a profound dairy heritage. One of the most astonishing archaeological proofs of this is “bog butter” — large quantities of butter preserved for centuries in peat bogs. This unique practice, born of a natural refrigeration system, demonstrates that dairy was not just sustenance but a cultural currency. Concurrently, there exists a seafood paradox. Ireland is an island, yet its native population was historically forced away from prime fish. English colonial laws reserved lucrative catches (like salmon and herring) for export markets, compelling the Irish to rely on what the sea offered freely to the poor: shellfish, and nutrient-dense seaweed varieties like dulse and carrageen moss. These became survival foods, rich in minerals but stigmatized as poverty fare.

Today, however, Irish cuisine is undergoing a quiet, powerful renaissance. The postmodern Irish chef is not inventing a new tradition but rediscovering an old one, reframing historical constraints as unique strengths. The modern table celebrates grass-fed beef from ancient pastures, wild salmon swimming pristine rivers, and even a return to heritage potato varieties — not as a reminder of starvation, but as a symbol of terroir. Contemporary Irish food is learning to narrate its own story: a narrative where the open hearth, the bog butter, and the famine-era seaweed are not relics of shame but badges of resilience. In this

light, unique Irish cuisine emerges as a profound lesson in culinary philosophy — a testament that a nation's most authentic flavors often lie not in abundance, but in the ingenious struggle against its absence.

*В.А. Яблокова, Е.В. Зорина студ.; рук. Е.В. Орлова, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

АНГЛИЙСКИЙ СЛЕНГ В РЕЧИ МОЛОДЕЖИ

Влияние английского на русский язык представляет собой лингвистический процесс. Если ранее заимствования приходили в язык десятилетиями, то сегодня новые лексемы моментально интегрируются в речь подростков - через социальные сети, видеоигры и музыку.

Например, взрослый человек слышит незнакомое новое слово, и не сразу может понять его значение. Сейчас этих слов становится много. Они быстро обрастают русскими приставками и окончаниями, превращаясь в полноценные новые слова, которые вписываются в нашу речь. Давайте проанализируем некоторые слова:

«краш» (от англ. crush – «раздавить», «смять», «сокрушить»), в 2018 - 2019 гг. стало популярным как сленг и приобрело значение «сильное увлечение, влюбленность», применительно к своим кумирам.

«фейк» (от англ. fake) - «поддельный», «фальшивый», с 2010-х гг. применимо к дезинформации, упоминается в СМИ, медиа, соцсетях.

«байтить» (от англ. bait - «приманка», «наживка»), стало набирать популярность среди молодежи с 2018-2019-х гг. - изначально из геймерского жаргона «заманивать врага в ловушку», позднее стало использоваться в соцсетях для провокационных постов, вызывающих гнев и активное обсуждение острых тем.

«Глоу ап» (от англ. glow up - «расцвести»), стало набирать популярность в 2010-х гг. в трендах соцсетей с фото внешности «до» и «после», отражающий кардинальное преобразование внешности человека в лучшую сторону (стиля, ухода за собой, образа жизни)

«Ту мач» (от англ. too much - «слишком много», «чересчур», «перебор»), стало популярно в сленге у молодежи с 2010-х гг., используется при обозначении вещей выходящих из ряда вон [1].

Почему в настоящее время английский сленг получил столь широкое распространение? Он не заменяет литературный язык, а наоборот, более ярко отражает мировосприятие и динамику молодого поколения, и в этом заключается его ценность, поскольку язык во многом формирует мышле-

ние. По особенностям речи можно судить о том, как живёт современное поколение.

Библиографический список

1. Словарь молодежного сленга [Электронный ресурс]. – URL: <https://sberbusiness.live/publications/slovar-molodezhnogo-slenga>, свободный (дата обращения: 10.04.2026).

СЕКЦИЯ 7
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИЗУЧЕНИЯ
ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ В ТЕХНИЧЕСКОМ ВУЗЕ

Председатель – ст. преп. Романова И.С.
Секретарь – ст. преп. Шарунова С.В.

К.А. Аввакумова, студ.; рук. к.п.н. И.А. Ямкина
(ИГЭУ, г. Иваново)

ВЛИЯНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ И ИСКУССТВЕННОГО
ИНТЕЛЛЕКТА НА АКТУАЛЬНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ
ИНОСТРАННЫХ СЛОВ

Тема влияния нейросетей и искусственного интеллекта на актуальность изучения иностранных слов является крайне актуальной. Развитие таких технологий как Яндекс Переводчик, DeepL и ChatGPT существенно упростило доступ к переводу и пониманию текста.

В качестве преимуществ стоит рассматривать то, что искусственный интеллект анализирует текущий уровень знаний учащегося, определяет его сильные и слабые стороны и адаптирует учебную программу, формирует индивидуальные рекомендации. Нейросети предоставляют обширные базы данных на любую тематику, что облегчает процесс обучения. К недостаткам использования нейросетей в обучении в целом следует отнести:

- Ошибки в обучающих материалах. Если обучающий материал содержит ошибки или неточности, искусственный интеллект может их дублировать, не имея способности как человек оценить контекст и принять исправление. Это может привести к заучиванию неправильного использования языковых конструкций.

- Ограничение развития коммуникативных навыков. Постоянное взаимодействие с искусственным интеллектом может ограничить развитие коммуникативных навыков и способности учащихся к сотрудничеству.

- Проблема доверия к созданному контенту. Из-за ограниченного понимания контекста нейросетями порой возникают сомнения в точности и адекватности предложенных ими учебных ресурсов.

Для решения этих проблем важно выработать осознанный подход к использованию искусственного интеллекта. Использовать его как по-

мощника, а не замену обучения. Регулярно практиковать устную речь без технологий. Важно не забывать о традиционном обучении.

Библиографический список

1. Нечипоренко Н.А., Мельник О.Г. Ошибки нейросетей и программ перевода как основа для расширения возможностей обучения переводчиков // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода, 2025. № 2. С. 206–225. (дата обращения 29.03.2026)

*А. С. Апрельова, студ.; В. В. Кульвановский, студ.;
рук. С. В. Шарунова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ТЕХНИЦИЗМЫ В АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ: ПРЯМОЕ И ПЕРЕНОСНОЕ ЗНАЧЕНИЕ

Во многих языках существуют устойчивые выражения – фразеологизмы (или идиомы), включающие в свой состав названия технических устройств, инструментов и механизмов. Данное наблюдение послужило основой исследования, целью которого является выявление и анализ английских идиом, содержащих в своей структуре компоненты – техницизмы, то есть такие лексические единицы, которые обозначают орудия труда, инструменты, механизмы и их детали и т.п., а также установление соотношения их буквального (прямого) и переносного (фразеологически связанного) значений.

В современной лингвистике идиома (от греч. *idioma* – своеобразное выражение) понимается как «свойственное только данному языку неразложимое словосочетание, значение которого не совпадает со значением составляющих его слов, взятых по отдельности» [1]. Идиомы используются для передачи определённых смыслов, которые могут носить образный или закреплённый языковой традицией характер. Как правило идиомы служат отражением культурного или исторического контекста. Поскольку идиомы активно используются в разговорной речи и составляют неотъемлемую часть повседневной коммуникации, их знание является необходимым условием для адекватного понимания речи носителей языка. Несколько примеров [2] техницизмов с указанием их прямого и переносного значений приведены в нижеследующей таблице.

Таким образом, английские идиомы с техническими компонентами демонстрируют общую тенденцию, характерную для всех фразеологизмов: материально-конкретное служит источником метафоры для абстрактного.

Таблица 1 – Английские идиомы

Идиома	Дословный перевод	Значение
Blow a fuse.	Вывести из строя предохранитель	Потерять самообладание; выйти из себя
Throw a wrench in the works	Бросить гаечный ключ в работающие детали	Создать неожиданные проблемы или помехи; сорвать планы
Under the hood	Под капотом	Внутренне устройство системы; то, что скрыто от посторонних глаз
Nuts and bolts	Гайки и болты	Основные, практические, базовые детали чего-либо
Hit the nail on the head	Ударить гвоздь по шляпке	Точно подметить; указать самую суть проблемы
A hammer looking for a nail	Молоток, ищущий гвоздь	Человек, который пытается решить все проблемы одним методом, агрессивно или прямолинейно
To have a screw loose	Иметь незакрепленный винт	Слегка сумасшедший; странный; эксцентричный
Put the screws to someone	Накручивать винты на ком-то	Оказывать давление; принуждать к чему-то
To get your wires crossed	Перепутать провода	Неправильно понять друг друга

Библиографический список

1. Интернет словарь иностранных слов [Электронный ресурс] / URL: https://slovonline.ru/slovar_inostran/b-9/id-4939/idioma.html (режим доступа 30.03.2026)
2. 25 Idioms about tools / Idioms Academy [Электронный ресурс] / URL: <https://idiomsacademy.com/idioms/tools/?PageSpeed=noscript?PageSpeed=noscript> (режим доступа 30.03.2026)

*В.Д. Желтякова, студ.; рук. И.С. Романова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ С АНГЛИЙСКОГО, НЕМЕЦКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО НА РУССКИЙ: ПРОБЛЕМА МНОГОЗНАЧНОСТИ И «ЛОЖНЫХ ДРУЗЕЙ ПЕРЕВОДЧИКА»

Перевод научно-технической литературы является одной из наиболее сложных областей переводческой деятельности. Ключевую роль в таких текстах играют термины – слова или словосочетания, точно обозначающие понятия специальной области знания или деятельности [1, с. 47]. В идеале термин должен стремиться к однозначности и стилистической нейтральности, являясь частью определенной терминосистемы [2, с. 265].

Однако на практике переводчики сталкиваются с рядом проблем, среди которых особенно выделяются многозначность (полисемия) терминов и явление «ложных друзей переводчика».

Многие технические термины пришли в язык из общеупотребительной лексики, что порождает их смысловую зависимость от контекста. Например, английское слово «switch» в зависимости от области может означать не только «переключение», но и «сетевой коммутатор», «рубильник» или даже «железнодорожная стрелка». Термин shoe, известный как «обувь», в машиностроении переводится как «башмак гусеницы», «опорная подушка» или «тормозная колодка» [2, с. 266]. В прикладной механике слово «clouds» («облака») приобретает значение «множество разнонаправленных сил» [3, с. 2]. Такая многозначность требует от переводчика глубокого понимания тематики текста и способности выбирать корректный вариант из нескольких возможных [4, с. 291].

Особую трудность представляют собой «ложные друзья переводчика» – межязыковые соответствия, которые благодаря графическому или фонетическому сходству кажутся переводчику знакомыми, но на деле имеют иное значение. В английском языке это несоответствие может привести к грубым смысловым искажениям [1, с. 49]. Так, в авиастроительной отрасли важно помнить, что «benzene» переводится как «бензол», а не «бензин» (petrol/gasoline), а «exploitation» означает экономическую или политическую эксплуатацию, в то время как для технической эксплуатации используется слово «use».

При переводе с немецкого языка также встречаются подобные явления: термин «das Konzept» часто ошибочно переводят как «концепция», хотя в технических текстах он может означать «проект» или «план», а «die Produktion» — это не только «продукция», но и сам процесс «производства». Французский язык изобилует такими ловушками: «la demande» в технических текстах чаще переводится как «запрос» или «спрос», а не «демонстрация», как могло бы показаться, а «le conducteur» может означать как «водитель», так и «проводник в электротехнике», поэтому выбор неверного варианта искажает смысл.

Способы преодоления описанных трудностей разнообразны. При наличии устоявшегося эквивалента применяется калькирование (fire detection loop – «цепь обнаружения пожара») или транскрипция (display – «дисплей») [2, с. 267]. При переводе многокомпонентных терминов, особенно характерных для немецкого языка с его традицией сложных слов (der Verbrennungsmotor – «двигатель внутреннего сгорания», die Sicherheitsvorkehrungen — «мера безопасности»), важно учитывать внутреннюю структуру термина. Однако в случае несовпадения лексических систем или отсутствия прямого аналога переводчику приходится исполь-

зовать более сложные трансформации. К ним относятся описательный перевод (*baffle-like effect* – «эффект возникновения турбулентного потока»), лексические добавления или замена части речи для сохранения норм языка перевода [5, с. 292].

Таким образом, перевод терминов требует внимательного анализа контекста и знания предметной области: именно это позволяет распознавать «ложных друзей» и выбрать верный эквивалент.

Библиографический список

1. Ивлиева Н.В. Структурно-семантические особенности технических терминов авиастроения и способы их перевода // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых, АмГПУ, 2014. №4. С. 45–49.
2. Стародубцева А.В. Особенности перевода научно-технических терминов // Профессиональная коммуникация: язык, культура, перевод. Курск, 2020. С. 265–267.
3. Астапкович П.Г. Особенности перевода научно-технических терминов прикладной механики // Язык науки и техники в современном мире. Материалы III Международной молодежной научно-практической конференции. Омск: ОмГТУ, 2014. С. 1–3.
4. Серова К.С. Особенности перевода многокомпонентных терминов в научно-техническом дискурсе (в сфере биотехнологий) // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции. Томск: Изд-во ТПУ, 2014. Ч. 1. С. 289–293.
5. Кудашкина П.Е. Проблема перевода безэквивалентной лексики с русского на немецкий язык на примере рекламных текстов // Коммуникативные аспекты языка и культуры. сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых. Том Часть 1. Национальный исследовательский Томский политехнический университет, 2014. С. 291–292.

*М.А. Неганова, студ.; рук. С.В. Шарунова, ст. преп.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

НЕОЛОГИЗМЫ В СФЕРЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ, ЭКСПЛУАТАЦИИ И ИНЖИНИРИНГА АТОМНЫХ СТАНЦИЙ

В области проектирования, эксплуатации и инжиниринга атомных станций неологизмы формируются как ответ на развитие технологий, цифровизацию и усложнение инженерных процессов [2]. Их основная функция — точное, ёмкое и краткое обозначение новых объектов, процедур и систем в условиях высокой требовательности к однозначности профессиональной коммуникации [1; 2].

Наиболее распространенными способами образования новых терминов являются словосложение (энергоблок, парогенератор), аббревиация (АЭС, ВВЭР, РБМК), аффиксация (радиационный (суффикс -онн-); дез-

активация (приставка де- + корень актив)), а также заимствование (reactor → реактор) и калькирование, то есть дословный перевод иностранных терминов (safety system → система безопасности) англоязычных единиц [2]. Это обусловлено международным характером атомной отрасли и активным внедрением зарубежных технологических решений [1].

Значительная часть неологизмов возникает в сферах цифрового проектирования, автоматизированных систем управления, безопасности и мониторинга, а также управления жизненным циклом атомных объектов [3]. Так, в нормативной документации под жизненным циклом объекта использования атомной энергии (ОИАЭ) понимается весь период от размещения и проектирования до вывода из эксплуатации и утилизации. Примером неологизации здесь служит термин «цифровой двойник» (Digital Twin).

Характерной особенностью является стремление к передаче сложных понятий в краткой и стандартизированной форме [2]. Закрепление неологизмов в профессиональном языке определяется их соответствием требованиям точности, системности и удобства использования в нормативной документации и инженерной практике [1; 2]. В целом, неологизация в атомной отрасли носит целенаправленный характер и отражает ключевые тенденции развития современной инженерной деятельности [2, с. 50].

Библиографический список

1. IAEA, Nuclear Safety and Security Glossary, Terminology Used in Nuclear Safety, Nuclear Security, Radiation Protection and Emergency Preparedness and Response, 2022, (Interim) Edition
2. Истоки возникновения неологизмов. Неологизмы, созданные на базе ресурсов русского языка: учебно-методическое пособие / Т.Ю. Щуклина. – Казань: Казанский федеральный университет, 2023. – 53 с.
3. Баклушин Р.П. Эксплуатация АЭС. Ч. I. Работа АЭС в энергосистемах. Ч. II. Обращение с радиоактивными отходами: Учебное пособие. М.: НИЯУ МИФИ, 2011. – 304 с.

*Н. С. Успенский, студ.; рук. О.В. Сергеева, к.п.н.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

АББРЕВИАТУРЫ И АКРОНИМЫ В ТЕХНИЧЕСКОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В наши дни мировой научно-технический прогресс и связанный с этим лавинный поток информации требуют быстрого обмена знаниями, что оказывает влияние на лексическую составляющую многих языков, приводя к появлению большого количества сокращений. Сокращения появляются как на базе ранее существовавших понятий, так и вновь по-

явившихся терминов, которые в основной массе являются многосоставными. Наличие сокращений в тексте помогает сделать текст более читабельным и менее объемным. Использование аббревиатур вместо громоздких многокомпонентных терминов является хорошим выходом. Это значительным образом сокращает текст и облегчает его прочтение, делая лаконичным.

Однако экономия не является решающей причиной возникновения сокращений, поскольку аббревиация широко распространилась и стала эффективным способом языковой репрезентации главным образом потому, что она позволила создать цельнооформленное слово в тех случаях, где раньше было представлено только описание понятия [1].

Наличие достаточного количества сокращений является неотъемлемой характеристикой научно-технических текстов на английском языке.

В современной отечественной и зарубежной лингвистике сокращения обычно подразделяются на аббревиатуры и акронимы, слияния, графические сокращения и усечения [2].

Аббревиатуры. Термином «аббревиатура» обозначаются: 1) слова, составленные из сокращенных начальных элементов (морфем) словосочетания (например, wi-fi – wireless fidelity); 2) слова, образованные путем сложения начальных букв слов или начальных звуков (например, ЕМІ — electromagnetic interference — «электромагнитные помехи») [3].

Наиболее распространенными считаются инициальные аббревиатуры. Это слова, образованные из начальных букв слов, входящих в словосочетание. Такие аббревиатуры могут читаться по названиям букв, по слогам, а также смешанным способом. Именно они могут вызвать трудности при переводе специальной литературы с одного языка на другой. Одна и та же аббревиатура может иметь несколько интерпретаций в разных областях знаниях [2].

В технической документации электроэнергетической сферы английского языка процессу аббревиации подлежит большое количество терминов, обозначающих: оборудование: (AVR – automatic voltage regulator, русский эквивалент АРН – автоматический регулятор напряжения); процессы: (CA – contingency analysis – анализ непредвиденных обстоятельств, LF – load forecast, русский эквивалент ПНП – прогнозирование нагрузки потребления); различные величины: (ATC – available transfer capacity – передаваемая мощность, TTC – transmission transfer capacity – передаваемая мощность, LV – low voltage, русский эквивалент НН – низкое напряжение); названия технологий, используемых в энергетике (SCADA – Supervisory Control and Data Acquisition – надзорный контроль и сбор данных) [2]. Как показывают примеры, в русском языке для обозначения соответствующих понятий не всегда употребляются аббревиатуры.

Акронимы. Акроним — слово, образованное путём обозначения каждой из начальных букв составляющих его словосочетания. Таким образом, акроним являет собой специфический вид аббревиатур, которые произносятся как отдельное слово, в отличие от обычных аббревиатур, которые произносятся путём последовательного произнесения всех букв [4]. Примеры акронимов в компьютерной сфере: RAM – Random Access Memory – оперативное запоминающее устройство (ОЗУ), LAN port – Local Area Network port – порт локальной сети, TIFF – Tag Image File Format – тегированный формат файлов, VGAport – Video Graphics Arrayport – порт видеографической матрицы, AVI – Audio Video Interleave и другие.

Графические сокращения. Графические сокращения – это сокращения, в которых отсеченная часть слова обозначается каким-либо графическим знаком. Такой способ аббревиации применяется во многих языках для указания единиц измерения; например, Ω (Ом) - сопротивление. В английском языке также используются: косая черта и точка W/(m·K) - watt per meter (ватт на метр-кельвин); N·m - newton-meter (ньютон-метр); показатели температуры: °F - degree Fahrenheit (градус по Фаренгейту); числовые показатели степени: m^3 - cubic meter (кубический метр); in^2 -square inch (квадратный дюйм);

комбинация косой черты и степени: cd/ft^2 (*candela per square foot*).

Усечения или слоговые аббревиатуры. В литературе выделяют следующие типы усечений: усечение концевой части слова; усечение начальной части слова; усечение начальной и концевой части слова [2]. Например, в английском языке: circularmil – smil, avg – average; в русском языке: ГеоЭС – геотермальная электростанция, Пр – предохранитель.

Путем соединения сокращений по начальным слогам слов получились такие термины, как «transceiver» (англ.), означающее «приемопередатчик», образовано от слов «transmitter», обозначающее «радиопередатчик» и «receiver» – «приемник».

Проблемы перевода и омонимии. Если сравнивать инициальные аббревиатуры русского и английского языков, то можно обратить внимание на несовпадающее количество букв в некоторых аббревиатурах. Например, кВт / киловатт – kW / kilowatt, т. е. количество сокращаемых слов в словосочетании одинаковое, а в образованной аббревиатуре количество букв разное. Если устранить букву «т», то получаем кВ – киловольт. Таким образом происходит попытка исключить возможность неправильной интерпретации аббревиатуры или её омонимии в языке.

При использовании или переводе аббревиатур имеют значение даже небольшие детали. Например, ac – alternating current / переменный ток, dc

– direct current / постоянный ток. Эти аббревиатуры иногда употребляются с точкой – a.c. и d.c. соответственно. Если следовать общей тенденции и обозначить аббревиатуру заглавными буквами AC и DC, то меняется смысл термилируемого словосочетания. В Международном Электротехническом словаре даётся определение: «AC (определитель) (AC, qualifier): относится к переменным электрическим величинам, таким как напряжение или ток, к устройствам, оперирующим с ними. Обозначение “AC” на английском языке предпочтительнее “a.c.”, которое является аббревиатурой “переменный ток” (“alternating current”)). Или в словаре Я. Н. Лугинского аббревиатура AC заглавными буквами обозначает: 1. Accuracy check / контроль точности; 2. Automatic checkout / автоматический контроль [2].

Аббревиатуры в электронике. Сокращения в области электроники можно разделить по тематическим группам по частоте использования: методы и приемы; устройства, приборы и т.п.; институты, организации; физические величины и показатели.

1. Методы и приемы – EDXA: Energy-Dispersive X-ray Analysis, EDSA: Electrical Distribution System Analysis, EDPT: Electronic Data Processing Test, NFPE: Non Feedback Proportional Electric.

2. Устройства, приборы, оборудование, типы схем – EDRD: Electronic Data Recording Device, MMIC: Monolithic Microwave Integrated Circuit, NMOS: Negative channel Metal-Oxide Semiconductor.

3. Институты, организации, подразделения – NEMA: National Electrical Manufacturers Association, ICMG: Industrial Computers Manufacturers Group.

4. Физические величины, показатели – NETD: Noise Equivalent Temperature Difference, Vth: threshold Voltage

Лидером по продуктивности стали методы, приборы и устройства, что является вполне обоснованным, так как основным направлением развития рассматриваемой области является прогресс в методах разработки новейших устройств и приборов [5].

Самым распространенным типом сокращений в текстах области электроники являются акронимы и аббревиатуры, а самыми наиболее часто используемыми – сокращения, образованные от трех и четырех составных словосочетаний.

Библиографический список

1. Вишнякова Е. А. Место аббревиации в словообразовательной системе современного английского языка // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. №6 (177). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-abbreviatsii-v-slovoobrazovatelnoy-sisteme-sovremennogo-angliyskogo-yazyka> (дата обращения: 30.03.2026).

2. Максимова Н. В. Особенности сокращений электроэнергетических терминов на материале английского и русского языков // Вопросы современной лингвистики. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sokrascheniy-elektroenergeticheskikh-terminov-na-materiale-angliyskogo-i-russkogo-yazykov> (дата обращения: 07.04.2026).

3. Хлусова А. И. Аббревиация в компьютерном дискурсе: структурные и функциональные особенности аббревиатур (на материале пошаговых инструкций по установке программного обеспечения) / А. И. Хлусова; науч. рук. Д. Ф. Мырзина // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XV Международной научно-практической конференции студентов и молодых учёных, г. Томск, 19–21 мая 2015 г.: в 3 ч. — Томск: Изд-во ТПУ, 2015. — Ч. 1. — С. 229–255.

4. URL: <https://znanierussia.ru/articles/Акроним>

5. Слепнева, М. А. Способы сокращений в терминосистеме электроники / М. А. Слепнева, И. В. Петрова // Балтийский гуманитарный журнал. – 2021. – Т. 10, № 4(37). – С. 327-330.

СЕКЦИЯ 8

ЯЗЫК И ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

**Председатель – к.ф.н., доц. Фалина В.А.
Секретарь – к.ф.н., доц. Захарьян Н.А.**

*А.Р. Балдина, студ.; рук. А.В. Коровина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ РЕПЕТИТОРА С КЛИЕНТОМ

Современная сфера онлайн-услуг характеризуется высокой степенью конкуренции и нацеленностью на быстрое установление контакта с клиентом. Очень важная часть – это умение грамотно выстроить коммуникацию с потенциальным клиентом с первого сообщения и до завершения сотрудничества. Особое место в этой среде занимает платформа Avito – основной канал для поиска клиентов среди репетиторов. Именно от того, насколько грамотно и вежливо сформулировано первое сообщение, зависит, начнётся ли сотрудничество.

Цель нашего исследования – показать, с помощью каких вербальных и структурных приёмов репетитор может эффективно взаимодействовать с клиентом, а также выявить запрещённые приёмы, которые подрывают доверие. В качестве материала для анализа мы взяли переписки репетиторов с клиентами на платформе Avito и в мессенджерах.

Нами было выделено пять ключевых особенностей, которые репетитор использует на протяжении всего общения с клиентом. Их чередование не даёт вниманию клиента снизиться, поддерживает доверие и формирует образ профессионала.

№ 1 – «Персонализация и конкретность».

Тематический блок приветствия является началом коммуникации. Репетитор обращается по имени, указанному в объявлении или профиле, и сразу уточняет цель обращения.

1.1. Обращение по имени: *«Добрый день, Александр!»*, *«Здравствуйте, Елена!»*. Если имя клиента не указано: *«Здравствуйте! Как я могу к вам обращаться?»*

1.2. Уточнение цели занятий: *«Какая сейчас ситуация по математике?»*

Приветствие создает доверительную атмосферу с первых секунд общения. Клиент чувствует, что к нему относятся как к личности.

№ 2 – «Оформление сообщений».

Репетитор проверяет текст перед отправкой, следит за орфографией и пунктуацией. Ошибки снижают доверие к специалисту. Однако важно помнить: в неформальной переписке (мессенджеры) точка перестала быть нейтральным знаком. Точка в конце сообщения воспринимается как эмоциональная граница, сигнал закрытости, раздражения или официальной отстранённости. Вместо точки лучше использовать: скобку: «*Договорились*»), эмодзи: «*Жду вас завтра*☺» или восклицательный знак (при уместности): «*Отлично!*» Функция – снятие эмоционального напряжения и создание ощущения лёгкости в общении.

№ 3 – «Единый стиль общения».

Репетитор не переключается с официального «Вы» на «ты» без согласия клиента. Это нарушает границы и может быть воспринято как фамильярность.

Общение с родителями всегда на «Вы», даже если общение длится несколько месяцев.

Родитель: «*Добрый день, Мария Михайловна. Ищу сыну репетитора...*»

Репетитор: «*Добрый вечер, Оксана! Есть возможность заниматься в выходные. Подскажите, пожалуйста, желаемый балл и имя ученика.*»

Подростки чаще всего начинают смущаться, если к ним обращаются на «Вы». Это создаёт излишнюю дистанцию и мешает установлению контакта, поэтому к подросткам возможно сразу обращаться на «ты».

Пример с подростком:

Ученик: «*Здравствуйте, хочу подготовиться к ОГЭ.*»

Репетитор: «*Александра, добрый день! Чтобы я лучше тебе могла помочь, расскажи, пожалуйста, подробнее. Какая сейчас ситуация по математике?*»

Главное – это уважение личных границ клиента и создание комфортной среды для обеих сторон.

№ 4 – «Краткость и структурированность».

Сообщения длиннее 3–4 предложений имеют конверсию в ответ на 40% ниже, чем короткие структурированные сообщения. Клиент в онлайн-среде быстро теряет фокус внимания. Одно сообщение – одна мысль. Пример неудачного сообщения: «*Здравствуйте, меня зовут Анна, я репетитор по математике с пятилетним стажем, готовлю к ЕГЭ и ОГЭ, также занимаюсь с младшими классами, работаю на выезд и онлайн, стоимость часа зависит от класса и формата, если хотите, можем созвониться и всё обсудить подробнее.*» Пример хорошего сообще-

ния: *«Добрый день! Меня зовут Анна. Готовлю к ЕГЭ/ОГЭ. 5 лет стажа. Онлайн или на выезде. Стоимость – от 1000 Р. Расскажите подробнее о вашей задаче?»* Такое сообщение удерживает внимание клиента и облегчает восприятие информации.

№ 5 – «Завершение общения».

Завершение диалога – не менее важный этап, чем его начало. Репетитор должен оставить о себе положительное впечатление даже в случае отказа клиента.

Если клиент выбрал вас, то можно вежливо попросить контакт другой социальной сети для удобства связи: *«Отлично! Давайте перейдём в Telegram, там удобнее будет созвониться. Мой контакт: @...»* Если клиент отказался (выбрал другого репетитора), то нужно поблагодарить за уделенное время и пожелать удачи: *«Спасибо за обращение! Рада, что вы нашли подходящего специалиста. Желаю успешной подготовки и высоких результатов☺»*. При отказе клиента завершение разговора тоже может быть разным. Пример некорректного завершения: *«Ну ладно, как хотите»* – звучит обижено и непрофессионально. Пример корректного завершения: *«Благодарю за диалог! Если что-то пойдёт не так – обращайтесь, буду рада помочь. Удачи!»* Так, нужно всегда сохранять положительный имидж и возможность повторного обращения клиента в будущем.

Репетитор может столкнуться с ситуацией, когда клиент перестаёт отвечать. Важно не давить, но и не игнорировать. При этом действует *правило 40 минут*: если клиент не ответил в течение 40 минут, можно отправить одно уточняющее сообщение. Напоминание спустя 2 часа: *«Александр, ещё раз добрый день! Если у вас есть вопросы по формату или стоимости – напишите, с удовольствием отвечу»*). Нет ответа – пишем на следующий день: *«Доброе утро! Напоминаю о себе) Если всё ещё актуально – буду рада обсудить детали. Если нет – тоже напишите, пожалуйста, чтобы я не беспокоила☺»*. Если ответа нет и после этого – прекращаем общение. Навязчивость воспринимается как давление.

Нами выделены три основных запрещённых приёма в общении репетитора и клиента, которые подрывают доверие клиента и разрушают репутацию репетитора.

Запрещенный приём № 1 – «Давление и срочность без причины». Репетитор торопит клиента с решением, использует фразы *«решайте сегодня»*, *«завтра мест не будет»*, *«предложение ограничено»*. Это манипуляция страхом.

Пример использования такой манипуляции, когда клиент принимает решение из страха потерять «выгодное» предложение, а не из реальной необходимости.

Клиент: *«Я подумаю до следующей недели, можно?»*

Репетитор: *«Нет, завтра место уйдёт другому. Решайте сегодня до вечера».*

Пример правильной реакции репетитора: *«К сожалению, если вы не подтвердите сегодня до 20:00, место уйдёт другому ученику. У меня сейчас только одно окно осталось. Я не тороплю вас специально, просто реальная ситуация».* У предупреждения о том, что клиент должен принять решение быстро, должна быть реальная причина, чёткое обозначение временных рамок, предупреждение должно быть без угроз и эмоций.

Запрещённый приём № 2 – «Личная информация не по делу». Репетитор начинает делиться своей личной информацией, которая не относится к учебному процессу, используя фразы *«очень нужны ученики», «вы не представляете, как тяжело».* Это попытка вызвать жалость и чувство вины.

Пример использования такой манипуляции, когда клиент чувствует себя обязанным согласиться из жалости или вины, а не из-за реальной потребности в занятиях:

Клиент: *«Здравствуйте, сколько стоит занятие?»*

Репетитор: *«1500 рублей. Я, кстати, только после развода, ипотека, очень нужны ученики. Вы не представляете, как тяжело...»*

Пример правильной реакции (личная информация по делу): *«Добрый день! 1500 рублей. Я сама готовилась к ЕГЭ, знаю, как бывает тяжело. Поэтому объясняю доступно».* Упоминание личной информации должно быть кратким, относиться к профессиональному опыту репетитора, а не к его жизненным трудностям, и не вызывать у клиента чувства вины или жалости.

Запрещённый приём № 3 – «Игнорирование вопросов». Репетитор не отвечает на прямые вопросы клиента, переводит тему или оставляет сообщение без ответа, используя фразы *«давайте начнём с пробного занятия», «это сложный вопрос, лучше созвонимся»,* вместо того чтобы дать конкретный ответ. Это уход от ответа и попытка скрыть информацию.

Клиент: *«Сколько у вас учеников сдали ЕГЭ на 80+?»*

Репетитор: *«У меня авторская методика, все довольны. Давайте начнём с пробного занятия».*

Пример правильной реакции репетитора: *«За прошлый год из 12 учеников – 8 сдали на 80+, двое на 90+. Могу скинуть скриншоты результатов без фамилий».* На любой прямой вопрос должен быть прямой ответ. Даже если ответ неудобный.

Далее приведем примеры негативной реакции со стороны клиента и правильная реакция репетитора.

Ситуация 1 – «Нереалистичные ожидания, обвинение».

Клиент: «Сын написал пробник на 58 баллов, хотя было 55. За месяц занятий я ожидала хотя бы 70. Вы вообще занимаетесь или просто деньги берёте?» Агрессивные элементы: нереалистичное ожидание (+15 баллов за месяц), обвинение («Вы вообще занимаетесь или просто деньги берёте?»). Правильная реакция репетитора: не оправдываться и не переходить на личности, признать право клиента на недовольство – это снижает напряжение; не обещать невозможного: *«Понимаю ваше беспокойство. За месяц мы разобрали 3 темы, сын стал лучше понимать производную и логарифмы. Рост с 55 до 58 – небольшой, но стабильный шаг. Чтобы выйти на 70, нужно ещё 2–3 месяца. Хотите, на следующем занятии я покажу конкретный план по темам и срокам?»*

Ситуация 2 – «Грубое «нет» и ультимативное требование».

Клиент: «Планы не нужны. Сын говорит, что вы всё время отвлекаетесь на свои примеры. Хочу вернуть деньги за два занятия». Агрессивные элементы в речи клиента: категоричный отказ от предложения репетитора без аргументации; ультимативное требование возврата денег; необоснованное обобщение. Правильная реакция репетитора в такой ситуации предполагает не переходить к защите своей позиции, так как это провоцирует эскалацию конфликта; уточнить факты, не устраивая допрос; предложить конкретный встречный шаг, если нужны только положительные отзывы в анкете. Пример ответа репетитора: *«Жаль, что сложилось такое впечатление. Можете попросить сына показать, какие именно примеры были лишними? Я запишу и учту. Деньги за проведённые занятия не возвращаю, но следующее занятие проведу бесплатно, полностью под запросы сына».*

Ситуация 3 – «Требование без вежливой формы и сравнение с негативным опытом».

Клиент: «Вы должны вернуть мне деньги за занятия, которые не проводили. Я впервые сталкиваюсь с таким подходом к работе». Агрессивные элементы: отсутствие вежливой формы; требование, а не просьба; сравнение с другим опытом. Правильная реакция репетитора должна быть такая: объяснить причину отказа, оставить выбор клиенту, мягко завершить общение. Пример ответа: *«Елена, моё время было зарезервировано за вами, поэтому предоплата не возвращается. Если решите продолжить – буду рад помочь. Если нет – желаю найти специалиста, который подойдёт вам больше. Давайте расстанемся без обид.»* Этот ответ правильный, потому что дается объяснение причины отказа (бронирование времени), чёткая позиция без агрессии, оставляет выбор клиенту.

Речевое воздействие репетитора в деловой переписке представляет собой системное и многоуровневое явление. Основная цель этой системы

– не просто информирование, а установление доверия и удержание клиента. Запрещённые приёмы были проанализированы и заменены на конструктивные альтернативные варианты. Примеры негативной переписки с клиентами продемонстрировали важность спокойной, доброжелательной реакции, которая сохраняет профессиональные границы и одновременно не провоцирует эскалацию конфликта.

Фримпонг Иви Квабеа, студ.;
рук. В.А. Фалина, к.ф.н., доц.; Н.А. Захарьян, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАВЫКОВ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЛОЩАДКАХ

Актуальность совершенствования навыков публичных выступлений не вызывает сомнений, поскольку умение высказывать и защищать свою позицию, презентовать себя или свой проект позволяет обучающимся обрести уверенность в себе, убедить аудиторию в значимости своих идей, а также способствует их профессиональному и личностному росту.

Однако, как показывают исследования последних лет [1, 2], именно навыки публичных выступлений зачастую представляют наибольшую сложность для студентов, причём особенно остро эта проблема проявляется у иностранных обучающихся.

Следует признать, что любой иностранный студент, находясь в другой стране и оказавшись в иноязычной среде, крайне сложно выходит на контакт даже с небольшой аудиторией. Так, например, очевидным является тот факт, что иностранцам при изучении русского языка достаточно трудно даются публичные выступления даже в ходе семинарских занятий. Тем более им сложно транслировать себя перед большой аудиторией, основную часть которой составляют, как правило, российские студенты. И связано это, на наш взгляд, с различиями в образовательных традициях, с адаптацией обучающихся к новому культурному контексту, наличием языкового барьера. Безусловно, боязнь допустить неточность в речи существенно осложняет процесс освоения техник эффективной коммуникации.

В связи с обозначенными выше моментами становится очевидной потребность в обучении иностранных студентов основам ораторского искусства, базовым коммуникативным навыкам.

В данной статье мы хотим рассмотреть опыт совершенствования навыков публичных выступлений у иностранных студентов Ивановского государственного энергетического университета имени В.И. Ленина, которые смогли презентовать себя и свои идеи на международных площадках Государственной корпорации по атомной энергии «Росатом». На наш взгляд, мероприятия, где студенты-иностранцы выступают перед аудиторией, для которой русский язык также не является родным, оказываются для них очень важным этапом в отработке приёмов ораторского мастерства.

Поскольку ИГЭУ представляет собой один из опорных вузов Росатома, студенты имеют возможность принимать участие в международных программах, организованных данной Госкорпорацией, а значит – у них появляется замечательный шанс не только проявить себя на международных площадках, но и отработать необходимые навыки межкультурной коммуникации.

Так, например, одна из студенток ИГЭУ, Фримпонт Иви Квабеа, в 2024 году приняла участие в проекте «YouRussia», представляющем собой международный конкурс видеороликов студентов опорных вузов Госкорпорации «Росатом». Для победы в данном конкурсе требовалось создать не только хороший, увлекательный видеоматериал, но и качественный, убедительный текст, способный заинтересовать широкую аудиторию. Данный формат, на наш взгляд, является оптимальным стартом для совершенствования навыка ораторского мастерства, поскольку предполагает предварительную подготовку выступления и исключает необходимость спонтанной речи. Это создаёт комфортную среду для иностранных обучающихся, предоставляя им возможность детально проработать текст своего публичного выступления.

Также ярким этапом развития коммуникативных навыков самопрезентации можно считать трек «Энергия будущего» всероссийского образовательного форума «Форсаж» (Калужская область, июль, 2025 г.). В рамках трека иностранные студенты отработывали навыки командной работы и ведения дискуссий: аргументировали свою точку зрения, слушали и анализировали высказывания других участников, выдвигали контраргументы. В дальнейшем новые возможности для развития данных компетенций и закрепления приобретённого опыта представились на первой очной встрече Амбассадоров (Москва, январь, 2026 г.).

Несомненно, международные площадки Госкорпорации «Росатом» предоставляют участникам уникальные возможности для развития навыков выступления с научной публичной речью. Так, в рамках III Международной зимней школы Obninsk Tech Winter School 2026 (Обнинск, февраль, 2026) иностранные студенты смогли принять участие в серии спе-

специализированных мини-тренингов, в интеллектуальных играх, разнообразных мастер-классах, в том числе и по ораторскому мастерству. Участники не только осваивали техники эффективной презентации научных идей, но и практиковали их в ходе дискуссий по актуальным вопросам развития атомной отрасли.

Участие в подобных мероприятиях, безусловно, оказывается весьма значимым для совершенствования коммуникативных навыков иностранных студентов. Кроме того, развитие способности чётко формулировать мысли, выстраивать убедительную аргументацию, уверенно выступать с презентацией своих идей и доносить сложные научные проблемы до широкой аудитории напрямую влияет на профессиональное становление студентов, на формирование необходимых современному специалисту компетенций.

Библиографический список

1. Соколова Г. Е. Особенности обучения студентов-иностранцев основам ораторского искусства // Вестник Тамбовского университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2019. Т. 24, №183. С. 45–51.

2. Ярошевич И. А., Афанасьева Т. С. Обучение навыкам риторики на занятиях иностранного языка // Бизнес. Образование. Экономика : V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 4–5 апр. 2024 г. : сб. ст. – Минск : Институт бизнеса БГУ, 2024. – С. 619–622.

*А.Э. Королёв, студ.; рук. А.В. Коровина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

НОВОГОДНИЕ РЕЧИ ПРЕЗИДЕНТОВ РАЗНЫХ СТРАН

Новогоднее обращение главы государства является важным фактором для стран. Это не просто поздравление граждан с праздником, но и возможность подвести итоги года, обозначить приоритеты и обратиться к стране как к единому целому.

Проведем сравнительный анализ новогодних поздравлений, с которыми выступили президенты В.В. Путин (Россия), Э. Макрон (Франция), Марк Карни (Канада), Бассиру Диомай Фай (Сенегал).

Сначала рассмотрим выступление В.В. Путина.

Он говорит о единстве народа: *«Мы ставили перед собой большие цели и достигали их, не раз преодолевали испытания, потому что были вместе», «Когда мы вместе – всё исполнится».* Его слова подчёркивают роль народного единства в достижении успехов, что мобилизует общество. Далее идут слова об исторической памяти и преемственности поко-

лений: *«Мы – дети, внуки и правнуки поколения, сокрушившего нацизм. Мы верны заветам и традициям наших ветеранов»* – что укрепляет патриотизм, напоминает о победе в ВОВ. Следом говорит о суверенитете и силе страны: *«Наша страна – независимая, свободная и сильная – смогла дать ответ на сложнейшие вызовы»*, цель слов – вселить уверенность в стабильности государства, укрепить доверие к власти. В.В. Путин признает заслуги военных: *«Вы – подлинные герои, взявшие на себя великий ратный труд – защищать Россию, обеспечить нашему народу прочные гарантии мира и безопасности. Мы гордимся вашим мужеством и отвагой, верим в вас»* – это благодарность за службу, цель слов – поддержать моральный дух армии и общества, подчеркнуть важность защиты страны. Президент рассказывает о семейных ценностях: *«В эти минуты рядом с нами самые близкие люди – это наша семья, дети, родители, внуки; наши друзья и боевые товарищи»* – информация показывает, что президент разделяет общие для людей семейные ценности. В конце следуют пожелания: *«Желаю благополучия и процветания каждому нашему дому, каждой нашей семье и нашей любимой стране – России. С Новым годом, дорогие друзья! С Новым, 2025 годом!»* – это завершение речи на позитивной ноте создаёт праздничное настроение.

Следующим рассмотрим выступление Э. Макрона.

Он говорит о признании заслуг граждан: *«Силы безопасности, пожарные, волонтеры, медицинские работники, трудящиеся – все те, кто сегодня вечером, как и всегда, находится на передовой перед лицом трудностей»*. Его слова выражают благодарность ключевым профессиям, обеспечивающим стабильность, показывая, что власть ценит тех, кто работает в кризисных условиях. Далее идут слова о достижениях Франции: *«Благодаря участию всех, благодаря вам мы держимся. Да, наша страна держится. Благодаря своим институтам, своим государственным службам, благодаря своей армии, которая благодаря самоотверженности солдат является одной из самых эффективных в Европе»*. Это означает, что успех страны – результат работы граждан и институтов. Подчеркивается стабильность Франции, укрепляется доверие к государственным институтам. Следом говорится о вызовах: *«Наш мир с каждым днём становится жёстче. Война и нестабильность по-прежнему присутствуют на Ближнем и Среднем Востоке, оказывая влияние на нашу экономику, наши интересы, а порой и на нашу сплочённость»*. Это показывает признание глобальных угроз и их влияние на Францию, чтобы подготовить общество к возможным трудностям. Потом речь идёт о планах на 2026 год: *«С начала 2026 года нужно будет действовать: поддерживать наших фермеров перед лицом кризисов и защищать их от решений, которые могут угрожать нашей*

способности производить и нашей продовольственной безопасности» – это конкретные планы правительства на ближайший год. Речь даёт гражданам понимание, какие проблемы будут решаться в первую очередь. Следом Э. Макрон говорит о трёх ключевых пожеланиях нации: *«Во-первых, желаю единства... Моё второе пожелание – это пожелание силы и независимости... Моё последнее пожелание – это пожелание надежды»* – это формирует национальную стратегию, мотивирует граждан. В конце следует поздравление: *«Мои дорогие соотечественники из метрополитанской Франции, из наших заморских территорий и те, кто живёт за границей, я желаю вам прекрасного, очень счастливого 2026 года. Да здравствует Республика, да здравствует Франция!»* – это обращение ко всем французам, независимо от места проживания подчёркивает единство нации, укрепляет чувство национальной идентичности.

Далее проанализируем структуру речи Марка Карни – Канадского премьер-министра.

Свою новогоднюю речь он начинает с темы о семейных ценностях и отдыхе: *«Это время радости для семей, и я надеюсь, что вы найдёте время отдохнуть, восстановить связи с близкими и отпраздновать с теми, кого любите больше всего»* – это делает акцент на важности семьи и отдыха, напоминает о ценностях в повседневной жизни, что сразу создаёт тёплую атмосферу, подчёркивая человечность праздника. Следом затрагивается тема о религиозном и общечеловеческом смысле Рождества: *«Для христиан Рождество имеет особое значение. Это время праздновать рождение Иисуса, радоваться свету, который он принёс... Для канадцев всех традиций праздничный сезон – это период света, который напоминает нам: после самых тёмных времён может наступить просвет»* – это объединяет граждан разных вероисповеданий вокруг общей идеи, что даёт избежать разделения по религиозному признаку. Далее говорится о заботе и о нуждающихся: *«Это время вспомнить о тех, кто нуждается в утешении, о тех, кто борется за выживание, о тех, кто оплакивает близких. Это время помочь им – звонком, визитом или добрым жестом, который напомнит кому-то, что он не одинок»* – это призывает к заботе о нуждающихся, тем самым укрепляет гражданскую солидарность. Далее идут слова о единстве нации: *«И хотя этот год принёс нашей стране больше, чем достаточно испытаний, он также напомнил нам, что нам повезло быть частью необыкновенной, щедрой и доброжелательной нации; что мы сильнее, когда едины, когда заботимся друг о друге»*. Эти трудности укрепляют нацию, если общество сплочено, слова поддерживают моральный дух после сложного года. Пожелание в финале речи: *«Счастливого*

Рождества и с праздниками, Канада – от моей семьи к вашей!» – это личное поздравление от премьер-министра, что создаёт ощущение близости лидера к народу.

Разберем новогоднюю речь президента Сенегала.

Бассиру Диомай Фай начинает с благодарности военным, органам власти и разным категориям граждан: *«Признательность – нашим силам обороны и безопасности, которые выполняют свою миссию с профессионализмом, дисциплиной и высоким чувством долга. Признательность – нашим религиозным и традиционным властям, хранителям социального равновесия... Признательность также – сенегалкам и сенегальцам здесь и в диаспоре: за вашу храбрость, за ваши руки, за ваш ум и терпение»*. Президент признаёт заслуги различных социальных слоёв общества, укрепляет их мотивацию и лояльность, показывает, что вклад каждого важен для страны. Далее он говорит о своей верности ценностям: *«Клятва, которую я принёс перед нацией и перед Богом, обязывает мою совесть и мою ответственность на самом высоком уровне. Она выражает мой долг уважать Конституцию, защищать Республику и служить с одинаковой требовательностью каждой сенегалке и каждому сенегальцу»*. Он подтверждает свою приверженность конституционным обязательствам и принципам равенства перед законом. Это сказано, чтобы заверить граждан в том, что президент действует в рамках закона и служит интересам всего народа, а не отдельных групп. Потом речь идёт об итогах 2025 года: *«Меры по снижению цен на ряд основных товаров дали экономию в 342 миллиарда 500 миллионов франков КФА для домохозяйств в 2025 году... В 2025 году это привело к открытию 34 медицинских пунктов и развёртыванию 76 медицинских машин скорой помощи»* – это демонстрирует конкретные достижения правительства в социально-экономической сфере с указанием точных цифр, показывается эффективность работы власти, доказывается, что принимаемые меры приносят пользу гражданам. Потом президент говорит о планах на 2026 год: *«Здравоохранение получит серьёзную поддержку: 91 миллиард франков КФА будет направлен на строительство 35 высококласных местных медицинских центров... Доступ к воде станет стратегическим приоритетом. Будет запущен крупный проект по водоснабжению с первоначальными государственными инвестициями в 50 миллиардов»*. Объявление конкретных планов на 2026 год с указанием объёмов инвестиций в ключевые сферы – здравоохранение и водоснабжение – это вселяет уверенность в стабильности. Потом он говорит о принципах развития: *«Сенегал решил оставаться верным тому, что составляет его силу: живой демократии, правовому государству с высокими требованиями и*

глубоко укоренившейся традиции диалога». Это утверждение приверженности демократическим ценностям, верховенству права и культуре диалога как основе стабильности Сенегала. Подчеркивается, что развитие страны базируется на прочных принципах, которые не будут пересматриваться. Это сказано, чтобы успокоить граждан относительно будущего политического курса. И в конце своей речи он проводит заключительное обращение: *«Эти решения отражают чёткое убеждение: Сенегал располагает ресурсами, коллективным разумом и трудоспособностью, необходимыми для того, чтобы подняться, преобразоваться и построить своё будущее собственными силами, с молодёжью в качестве двигателя и народом в качестве силы»* – слова дают уверенность в возможностях страны. Делается акцент на роли молодёжи как движущей силе развития, подчеркивается важность коллективной ответственности. Цель – вдохновить граждан на активное участие в развитии страны.

Во всех обращениях прослеживаются важные функции новогоднего поздравления главы государства: объединение нации через обращение к общим ценностям и символам; подведение итогов года – признание достижений и (в разной степени) упоминание трудностей; обозначение планов и приоритетов на следующий год; выражение благодарности отдельным группам граждан; пожелания благополучия и процветания стране и её гражданам.

В России В.В. Путин делает большой акцент на патриотизме, исторической памяти и единстве народа, отмечает символическую связь с прошлым через объявление 2025 года Годом защитника Отечества в честь 80-летия Победы; подчёркивает суверенитет страны; тональность речи торжественная и вдохновляющая, с упором на коллективную идентичность.

Во Франции Э. Макрон делает реалистичный анализ вызовов – глобальных (войны, нестабильность) и внутренних (снижение рождаемости, безопасность); подробно излагает планы правительства на 2026 год по ключевым направлениям; тональность речи аналитическая и откровенная, с призывом к мобилизации усилий.

В Канаде М. Карни делает фокус на человеческих и семейных ценностях – отдыхе, восстановлении связей с близкими; говорит о религиозном смысле Рождества; звучат призывы к заботе о нуждающихся с указанием конкретных способов помощи; тональность речи тёплая и человеческая, с акцентом на общечеловеческие и семейные ценности.

В Сенегале Бассиру Диомай Фай даёт детальное подведение итогов 2025 года с конкретными цифрами; развёрнуто излагает планы

экономических улучшений на следующий год; акцентирует внимание на прозрачности и борьбе с коррупцией; тональность речи деловая и оптимистичная.

Сравнительный анализ новогодних обращений глав четырёх государств показал, каждое выступление имеет выраженную национальную специфику, имеет прямую зависимость от экономических, социальных условий стран.

*К.В. Рогожкина, студ.; рук. А.В. Коровина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА НА ПРИМЕРЕ ДМИТРИЯ НАГИЕВА

Цель работы – выявление семиотических закономерностей невербального поведения Нагиева через синтез кинесических, проксемических и паралингвистических аспектов.

Научная проблема исследования заключается в отсутствии систематизированных данных о корреляции между специфическими невербальными паттернами Нагиева и их воздействием на аудиторию.

Актуальность исследования обусловлена недостаточной изученностью невербальных стратегий российских медиаперсон, особенно в условиях сохраняющегося влияния телевидения как основного канала массовой коммуникации. Изучение невербального репертуара такой влиятельной фигуры, как Нагиев, дает ключ к пониманию механизмов конструирования реальности через экранные образы.

Для достижения поставленной цели сформулирован комплекс исследовательских *задач*. Первостепенной является типологизация невербальных сигналов Нагиева в контексте его телевизионных ролей с выделением устойчивых жестово-мимических комплексов. Вторая задача предполагает семиотическую расшифровку подсознательных сообщений, закодированных в этих паттернах, с привлечением методов контент-анализа видеоматериалов. Третья задача направлена на измерение эмоционального резонанса через сравнительный анализ с другими медийными фигурами аналогичного амплуа. Наконец, практическая значимость работы реализуется в четвертой задаче – разработке рекомендаций по адаптации выявленных невербальных стратегий для PR-технологий и сферы публичных коммуникаций.

Кинесика изучает невербальные аспекты коммуникации: жесты, позы, мимику. Проксемика исследует дистанцию между участниками взаимодействия – её выбор зависит от социальных норм и отношений; нарушение границ вызывает дискомфорт и искажает смысл общения. Паралингвистика анализирует невербальные характеристики речи (интонацию, темп, громкость, тембр, паузацию), способные менять смысловую нагрузку высказывания.

Базовые мимические паттерны составляют методологическую основу анализа невербального поведения. Шесть базовых эмоций – радость, гнев, страх, удивление, отвращение и печаль – имеют кросс-культурные проявления в мимике, что подтверждено эмпирическими исследованиями. Мимическая экспрессия играет ключевую роль в конструировании медийного образа и формировании перцептивных характеристик коммуникатора. Осознанное управление лицевой мускулатурой создаёт зрительные акценты, усиливающие вербальные сообщения, а техники контролируемой эмоциональной демонстрации повышают доверие аудитории. В профессиональной деятельности Дмитрия Нагиева мимика – структурный элемент сценического образа, сочетающий естественность и художественную гиперболизацию. Специфическая комбинация сдержанных улыбок, приподнятых бровей и контролируемой асимметрии лица формирует его узнаваемый стиль. Анализ выявляет преобладание у Нагиева сдержанных выражений лица с акцентированными актами кратковременной эмоциональной экспрессии. Сознательное ограничение мимического диапазона создаёт эффект недосказанности, стимулирующий зрительскую интерпретацию. Особенность его невербального поведения – стратегическое использование микровыражений (длительностью менее 1/25 секунды) для передачи сложных эмоциональных нюансов. Намеренное включение микромимики создаёт эффект психологической достоверности при сохранении контроля над основным выражением лица.

Жестовая система Дмитрия Нагиева характеризуется разнообразием типов, включая иконические, метафорические и регуляторные жесты. Иконические жесты визуализируют конкретные объекты или действия, например, имитация удерживания микрофона во время монологов. Метафорические жесты передают абстрактные концепции, такие как движение руки по дуге при упоминании временных промежутков. Регуляторные жесты служат для управления ходом коммуникации, в частности, открытые ладони при обращении к аудитории. Иконические жесты обеспечивают наглядность описываемых ситуаций, усиливая понимание вербального контента. Метафорические жесты способствуют образной интерпретации сложных идей, упрощая их восприятие. Регуляторные жесты

координируют взаимодействие с аудиторией, синхронизируя темпоритм выступления. Семантическое значение жестов в выступлениях Нагиева направлено на усиление вербальных сообщений через визуальное дублирование ключевых тезисов. Например, резкие движения руками подчёркивают эмоциональные акценты в провокационных репликах

В публичных выступлениях Дмитрий Нагиев демонстрирует комплекс жестов открытости (раскрытые ладони, широкие движения рук), сигнализирующих об уверенности и контроле над коммуникативной ситуацией. Положение тела с расправленными плечами и приподнятым подбородком, центральное расположение на сцене и активное перемещение усиливают впечатление доминирования; жесты доминирования (указательный палец, «шпиль» из пальцев) подчёркивают аргументативную позицию.

Ироничная составляющая образа реализуется через преувеличенные жесты, контрастирующие с вербальным содержанием: широкие разводы рук, театральные поклоны и утрированные кивки создают комический эффект и снижают психологическую дистанцию. Сочетание ироничных жестов с минимальной мимической активностью создаёт эффект «подмигивания» зрителю, а контраст между серьёзным выражением лица и гротескными движениями усиливает восприятие юмористического посыла.

Провокационный аспект образа формируется провокационными позами (наклонённый корпус, руки в карманах, асимметричная стойка), нарушающими ожидания аудитории. Их эффективность обусловлена сочетанием харизматичной подачи и намеренной небрежности.

Взгляд Дмитрия Нагиева сочетает пронизательность и контролируруемую открытость, усиливая воздействие на аудиторию. Ироничный блеск в глазах создаёт эффект скрытого подтекста, вовлекая зрителя в коммуникативную игру, а пристальный взгляд в телепроектах служит маркером перехода от игрового тона к серьёзной оценке ситуации. Улыбка Нагиева выполняет множественные функции: в развлекательных шоу она демонстрирует доброжелательность и вовлечённость, а стабильно приподнятые уголки губ создают эффект перманентной игривости, маскирующей возможную критическую оценку. Устойчивая «маска» персонажа формируется за счёт стабильных мимических паттернов: сочетание прищуренного взгляда, сдержанной улыбки и контролируемой подвижности бровей создаёт узнаваемый визуальный код, синхронизированный с вербальными репликами и усиливающий их семантическое наполнение. Это транслирует образ уверенного в себе медийного персонажа с элементами провокационности.

Интонационные перепады и паузы в речи Дмитрия Нагиева выполняют важную функцию акцентуации смысловых элементов. Нагиев искусно

варьирует высоту тона и ритмические рисунки, создавая эффект эмоциональной вовлеченности. Особенно показательны внезапные изменения громкости, подчеркивающие ключевые сообщения. Стратегическое использование пауз в выступлениях Нагиева усиливает драматургический эффект. Продолжительные молчания перед кульминационными фразами формируют напряжение, а краткие остановки после ироничных реплик подчеркивают их комичность. Такая техника способствует точной передаче эмоциональных состояний – от саркастической отстраненности до открытой провокации. Тембральные особенности голоса Нагиева служат основным средством формирования узнаваемого амплуа. Бархатистые низкие регистры создают образ уверенного собеседника, тогда как нарочито резкие модуляции сигнализируют о переходе в ироничный режим.

Анализ выявил устойчивые паттерны эмоционального отклика, варьирующиеся в зависимости от медийного контекста. В развлекательных шоу преобладала реакция на ироничные микрожесты и гипертрофированную мимику, формирующие комедийный эффект. В рекламных роликах ключевым фактором воздействия становились контролируемые паузы и визуальный контакт, усиливающие убедительность сообщения.

Демографические характеристики респондентов показали статистически значимую корреляцию с интерпретацией невербального поведения. Молодежная аудитория (18-25 лет) чаще ассоциировала провокационные жесты с самоиронией, тогда как зрители старше 45 лет интерпретировали их как проявление эпатажа. Гендерные различия проявлялись в восприятии интонационных модуляций: женская аудитория отмечала их как инструмент эмоционального вовлечения, мужская – как элемент контроля над ситуацией.

Сопоставление невербальных параметров Д. Нагиева с другими ведущими выявило существенные различия в плотности жестикуляции. Если у ведущих новостных программ жесты носят сдержанный характер, то у Нагиева наблюдается высокая частота и амплитуда движений руками, что характерно для развлекательного контекста. Динамика мимики также отличается большей экспрессивностью по сравнению с коллегами (с А. Малаховым). Темпоральные характеристики речи Нагиева демонстрируют уникальное сочетание замедленных пауз и ускоренного темпа, что контрастирует с равномерной ритмикой ведущих аналитических программ. В сравнении с В. Познером, чья речь отличается монотонностью, Нагиев использует интонационные перепады как элемент драматургии. Уникальным маркером стиля Нагиева является специфика микровыражений, проявляющихся в кратковременных изменениях мимики при передаче иронии. Сравнительная эффективность невербальных стратегий Нагиева проявляется в способности управлять вниманием аудитории че-

рез провокационные жесты и контролируемую хаотичность движений. В отличие от сдержанной манеры Дмитрия Диброва, ориентированной на интеллектуальное восприятие, техники Нагиева активируют эмоциональный отклик.

Анализ жестовых паттернов Д. Нагиева выявил их высокую эффективность в создании убедительного образа. Контролируемая жестикуляция в верхней части тела усиливает восприятие уверенности и компетентности. Такие невербальные сигналы могут быть адаптированы для различных форматов публичных выступлений. Для успешной интеграции жестовых паттернов необходимо учитывать контекст коммуникации и целевую аудиторию. Систематическая тренировка микрожестов, аналогичных используемым Нагиевым, позволяет повысить естественность их демонстрации. Важно избегать механического копирования, сосредоточившись на адаптации принципов к индивидуальному стилю коммуникатора.

Контролируемые паузы и интонационные контрасты, характерные для речевой манеры Нагиева, служат эффективным инструментом управления вниманием аудитории. Стратегическое использование молчания перед ключевыми фразами усиливает их семантическую значимость. Динамические изменения тембра и громкости речи способствуют созданию драматургии выступления. Данные приемы требуют точного расчета временных интервалов и соответствия содержательному контексту. Синхронизация мимических реакций с вербальными сообщениями, наблюдаемая у Нагиева, повышает уровень доверия аудитории. Осознанное управление лицевой мускулатурой позволяет формировать «маски», соответствующие различным коммуникативным задачам. Точное соответствие эмоциональной экспрессии содержанию речи минимизирует когнитивный диссонанс у воспринимающих. Регулярная практика перед зеркалом способствует выработке автоматизма в воспроизведении необходимых мимических паттернов.

Проведённое исследование систематизировало устойчивые невербальные паттерны Дмитрия Нагиева, демонстрирующие синхронизацию мимической «маски», ироничных микрожестов и специфических интонационных модуляций с его сценическими амплуа. Невербальные стратегии Нагиева функционируют как инструмент конструирования харизмы через намеренную гиперболизацию жестов и провокационную паузацию. Сравнительный анализ подтвердил повышенную интенсивность эмоционального отклика аудитории на невербальный стиль Нагиева относительно других медийных фигур. Особое преимущество наблюдается в параметрах доверия и развлекательной ценности, что объясняет его конкурентоспособность в условиях насыщенного телевизионного рынка. Исследо-

вание предлагает практическую модель адаптации невербальных стратегий Нагиева для профессиональной коммуникации, акцентируя важность осознанного использования паралингвистики и кинетических паттернов.

*А.А. Соколов, студ.; рук. А.В. Коровина, к.ф.н., доц.
(ИГЭУ, г. Иваново)*

ВОЗДЕЙСТВУЮЩАЯ СИЛА СЛОВА В СПОРТИВНЫХ РЕПОРТАЖАХ Д. ГУБЕРНИЕВА

Современная медиасреда характеризуется высокой степенью интерактивности и нацеленностью на большое воздействие на аудиторию. В условиях растущей конкуренции за внимание зрителя спортивные репортажи превращаются в полноценный коммуникативный продукт, где важную роль играет личность комментатора. Особое место в отечественном спортивном телеэфире занимает Дмитрий Губерниев.

Цель нашего исследования – показать, как с помощью вербальных средств журналист воздействует на зрительскую аудиторию. В качестве материала для анализа мы взяли репортаж биатлонной гонки (мужской спринт 16.01.2026) [1].

Сначала рассмотрим тематическую структуру репортажа Д. Губерниева.

Нами выделено шесть основных тематических блоков, которые Д. Губерниев активно использует на протяжении всей трансляции.

Информационный блок № 1 – *«Описание происходящего в данный момент на трассе»*. Этот блок составляет формальную основу репортажа: комментатор фиксирует происходящее на трассе и на огневых рубежах. В блоке выделяются семантические разделы.

1.1. *Ход гонки*: рассказ о том, кто лидирует: *«Смирнов из Югры опережает Кирсанова и Акимова на 9 и 13 секунд...»*.

1.2. *Стрельба*: результаты на лежке и стойке, промахи, штрафные круги: *«У Евгения Смирнова – промах! Неплохой, кстати, бегун, но со стрельбой швах»*.

1.3. *Итоговые результаты*: финишные протоколы, места *«Логинов в лидерах, опережая Бажина на 6 секунд. Конаровского на 12,3»*.

Информационный блок № 2 – *«Рассказы о спортсменах»*. Д. Губерниев дает информацию о спортсменах как о личностях.

2.1. *Информация о прошлом спортсменов*. Например, о прошлом Эдуарда Латыпова: *«Трёхкратный Олимпийский призёр, не забываем об этом»*.

2.2. Информация о характере. Например, о Данииле Серохвостове: *«Он просто много болтал... И сглазил не только себя, но и свою очаровательную партнёршу».*

2.3. Информация о любви и семейном положении. О Романе Конаровском: *«Влюблённый в очаровательную Лену... Леночка, Вам большой привет!».*

Информационный блок № 3 – *«Болезни, травмы и восстановление».*

3.1. Болезни. О Казакевич и Терещенко: *«У нас был грипп, который популярен сейчас, как говорят. Похоже, что гонконгский».*

3.2. Восстановление после гриппа. О Поварницыне: *«Он заболел, пропустил, решил до последнего момента: стоит бежать или нет».*

Информационный блок № 4 – *«География и патриотизм».*

Д. Губерниев постоянно подчеркивает географию биатлона, называет регионы, хвалит организаторов: *«Вот регионы, которые делегировали спортсменов на пьедестал почёта: Тюмень, Свердловская область, Новосибирск»*, *«Огромное спасибо скажем команде Евраева. Это руководитель Ярославской области».*

Информационный блок № 5 – *«Анонс и реклама будущих гонок (продажа будущего эфира)».* Д. Губерниев постоянно анонсирует следующие гонки, приглашает зрителей оставаться у экранов и создаёт ожидание от предстоящих событий.

5.1. Прямые приглашения к просмотру. *«Напоминаю, что в 13:50 женская спринтерская гонка. Всех приглашаю к экранам».*

5.2. Эмоциональное нагнетание интереса к будущим гонкам. *«Ой-ой, какая завтра будет гоночка! Мама дорогая, какая будет гонка!»*

5.3. Создание интриги через цифры и факты. *«...15 человек в минуте. Представляете? Это всё завтрашние события гонки преследования».*

Информационный блок № 6 – *«Общение с трибунами и студией».* Д. Губерниев активно взаимодействует с людьми на стадионе, с экспертами в студии, создавая эффект прямого, живого общения.

6.1. Обращения к болельщикам. *«Багряниковская школа-интернат... Дайте шуму, мальчишки и девчонки! Вот, вот, вот».*

6.2. Диалог со зрителями. *«Вы откуда? Привет! Рыбинск, Ярославская область. Вот он. Наш самый главный зритель...»*

6.3. Включение неожиданных объектов в эфир: *«Котики, уважаемые друзья, – это наше всё! Вот он, талисман... Барсик, здравствуйте!»*

Чередование этих шести информационных блоков выполняет ключевую функцию: оно не дает вниманию зрителя «провиснуть», постоянно переключая его с одного информационного фокуса на другой.

Вторая часть исследования посвящена изучению вербальных средств воздействия Д. Губерниева.

Нами выделено восемь вербальных приёмов речи комментатора.

Приём № 1 – *«Сознательное усиление значимости события через яркие слова и восклицания»*. Д. Губерниев систематически использует превосходную степень и эмоционально окрашенную лексику там, где можно было бы обойтись нейтральными описаниями. Примеры гиперболы в его речи: *«феноменальная мотивация», «феноменальная плотность», «феноменальная поддержка», «умопомрачительные пасьюты», «умопомрачительные рейтинги», «животрепеющее начало», «запредельный уровень соперничества», «гроссмейстерское отставание»*. Эмоциональные междометия и восклицания: *«Ай-ай-ай! Какая гонка!», «Ой-ой-ой! Саша Логинов на старте!», «Мама дорогая, какая будет гонка!», «Браво, браво, ребята!»* Функция гиперболы, междометий, восклицаний – аффективное заражение. Зритель начинает испытывать эмоции, которые комментатор демонстрирует вербально. Даже нейтральное событие подается как драма века.

Приём № 2 – *«Намеренное снижение официального тона через разговорную лексику, просторечия и фразеологизмы»*. Д. Губерниев намеренно снижает официальный тон репортажа, используя выражения, характерные для бытового общения. Вместо нейтральных или книжных слов он выбирает просторечные слова и фразеологические обороты, что создаёт эффект «своего парня» и сокращает психологическую дистанцию со зрителем. Примеры просторечий в его речи: *«Эдуард Латыпов накосорезил на первом огневом»* (вместо «допустил ошибку»), *«У Евгения Смирнова со стрельбой швах»* (вместо «плохо»), *«Ай, досадно. Да ещё и дважды промазал»* (вместо «не попал в мишень»). Примеры фразеологизмов и устойчивых выражений в нестандартном контексте: *«Не ловится крокодил, кокос не растёт»* (о неудаче спортсмена), *«То пусто, то пусто»* (о нестабильной стрельбе), *«Бойся больных и беременных»* (трансформация народной поговорки применительно к спортсменам, вышедшим на старт после болезни).

Приём № 3 – *«Апелляция к общекультурному знанию через цитирование и перефразирование известных текстов»*. Д. Губерниев активно цитирует и перефразирует известные песни, стихи и кинофразы, что требует от зрителя узнавания и создаёт дополнительный канал коммуникации, основанный на общем культурном багаже. Вместо нейтрального описания ситуации он использует отсылки, понятные русскоязычной аудитории (особенно старше 35–40 лет). Отсылки к поэзии и авторской песне: *«Всё по Высоцкому»* – емкая фраза, не требующая пояснений для зрителей старше 35–40 лет. Отсылки к советскому кинематографу: *«Это была рубрика "Опять врёт, товарищ Новосельцев"»* – отсылка к фильму *«Служебный роман»*, где герой Новосельцев постоянно попадает в не-

ловкие ситуации. Зритель, узнавший отсылку, получает удовольствие от «совместного знания» с комментатором. Это укрепляет лояльность и создает ощущение интеллектуального комфорта.

Приём № 4 – «*Возведение спортсменов к архетипам*». Д. Губерниев превращает спортсменов в персонажей с определёнными, легко узнаваемыми чертами. Вместо нейтрального перечисления фамилий и результатов он присваивает каждому спортсмену роль (амплуа), что позволяет зрителю эмоционально идентифицироваться с «героем» или «антигероем». Выделяются следующие архетипы (типажи). 1) Герой-превозмогатель (Поварницын после болезни): «*Посмотрите, какая воля к победе!*» 2) Ветеран-мастер (Логинов): «*Опытнейший Саша... словно соскучился по победам*». 3) Неудачник-болтун (Серохвостов): «*Он просто много болтал. И сглазил не только себя, но и свою очаровательную партнёршу*». 4) Молодой талант (Коновалов, Прокудин): «*Молодёжь, которая побеждает, – это сила нашего биатлона*». Зрителю легче эмоционально идентифицировать спортсмена. Губерниев создает «своих» и «чужих», «героев» и «антигероев» (в шутовском ключе).

Приём № 5 – «*Вовлечение зрителя в диалог через риторические фигуры*». Д. Губерниев использует риторические вопросы, императивные конструкции и повторы, чтобы создать иллюзию живого разговора. Он задаёт вопросы, призывает к действию и повторяет ключевые фразы, что вовлекает зрителя в диалог и удерживает его внимание.

Выделяются следующие риторические фигуры. 1) Риторические вопросы: «*А представляете, когда вернутся наши футболисты?*» 2) Императивные конструкции (призывы к немедленному действию): «*Дайте шуму, мальчишки и девчонки!*» 3) Анафора и параллелизм: «*Нам нужен сильный Вьюхин, нам нужен точный Вьюхин*» Функция риторических фигур – создание ритма, нагнетание напряжения, вовлечение зрителя в диалог (даже иллюзорный). Зритель перестаёт быть пассивным наблюдателем и начинает чувствовать себя участником происходящего.

Приём № 6 – «*Оживление речи через игровую лексику и метафоры*». Д. Губерниев использует метафоры из разных сфер (спортивной, военной, бытовой), чтобы сделать речь легко визуализируемой. Вместо нейтральных технических описаний он прибегает к ярким, неожиданным сравнениям, которые оживляют репортаж.

Выделяются следующие типы метафор и игровой лексики. 1) Спортивно-игровые метафоры (профессиональный жаргон, понятный болельщикам): «*Выключатель*» (название подъёма на трассе, после которого спортсмены «выключаются»). 2) Военные метафоры (создают атмосферу борьбы и противостояния): «*Атака из глубины*» (о спортсмене, который начинает преследование с дальнего места). 3) Бытовые и абсурдные ме-

тафоры (снижают пафос и добавляют юмор): «*То пусто, то пусто*» (о нестабильной стрельбе). Функция игровой лексики и метафор – оживление речи, создание образности.

Приём № 7 – «*Управление напряжением через паузы и темп речи*». Д. Губерниев мастерски меняет скорость речи и использует паузы, чтобы управлять физиологическим возбуждением зрителя. Вместо монотонного повествования он то ускоряется, то замедляется, создавая эффект «американских горок» и заставляя зрителя буквально задерживать дыхание.

Выделяются следующие просодические приёмы.

1) Нарастание темпа (в моменты максимального напряжения – подход к стрельбищу, финиш): «*Корнев подошёл. Пока сейчас сзади... Корнев промахивается! Очень сегодня интересная гонка...*» (фразы становятся короче, восклицаний больше). 2) Сброс темпа и пауза (для создания эффекта ожидания и неожиданного удара): «*И вот сейчас, к сожалению, статистику подпортил очень сильно. Так, помню, что Логинов выигрывал у Бажина 6 секунд...*» (пауза заставляет зрителя замереть в ожидании). Функция управления темпом и паузами – прямое воздействие на зрителя. Быстрая речь ускоряет пульс, пауза создаёт напряжение, восклицание даёт эмоциональную разрядку.

Приём № 8 – «*Снижение пафоса через самоиронию и юмор*». Д. Губерниев часто шутит над собой и над ситуацией, чтобы снять возможное раздражение от своей экспрессивной манеры и создать образ «своего парня». Вместо пафосного «голоса сверху» он демонстрирует самоиронию, что располагает к нему аудиторию.

Выделяются следующие формы самоиронии и юмора.

1) Шутки над собственным образом: «*Я сейчас как Дедушка Мороз, потому что вы не выступали на предыдущих стартах*». 2) Юмор по поводу вставки рекламы (нарушение табу): «*Рекламодателей не обижаем, но уважаем*». Функция самоиронии и юмора – разрядка, гуманизация образа комментатора, профилактика критики.

Речевое воздействие Д. Губерниева в спортивном телерепортаже представляет собой системное и многоуровневое явление, в котором тематическая структура (набор блоков и частота их переключения) и вербальные средства (лексические, риторические, просодические) работают в синхронии. Основная цель этой системы – не информирование (хотя информация тоже присутствует), а эмоциональное вовлечение и удержание зрителя. Д. Губерниев превращает спортивное соревнование из информационного повода в эмоциональное шоу, а зрителя – из пассивного наблюдателя в соучастника события.

Библиографический список

1. Видеоматериал; Запись репортажа Д. Губерниев (Кубок России по биатлону, мужской спринт, Дёмино, 16.01.2026). [Электронный ресурс] – URL: https://matchtv.ru/biathlon/matchtvvideo_NI282097_translation_Alfa_Bank_Kubok_Rossii_Sprint_Muzhchiny (Дата обращения: 30.02.2026)

СОЦИУМ. НАУКА. ОБРАЗОВАНИЕ.

XI Региональная молодежная научно-практическая конференция

МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИИ

*Публикуется в авторской редакции
Составитель – к.э.н., доцент М.В. Мошкарина*

Подписано в печать 30.06.2026. Формат 60x84 1/16.
Печать плоская. Усл. печ. л. 22,38 Уч.-изд. л. 21,78
Электронное издание
ФГБОУ ВО «Ивановский государственный энергетический
университет имени В.И. Ленина».

Отпечатано в УИУНЛ ИГЭУ
153003, г. Иваново, ул. Рабфаковская, 34.