

Spirit time

ISSN 2522-9923



№8 (2018)



№8 2018
ISSN 2522-9923
VOL.2

Das Magazin erscheint in der Ukraine. Die Zeitschrift veröffentlicht Artikel aus allen Bereichen der wissenschaftlichen Forschung. Das Magazin erscheint auf Ukrainisch, Englisch, Polnisch und Russisch.

Artikel werden bis zum 15. jeden Monats.

Frequenz: 12 Ausgaben im Jahr.

Format - A4, Farbdruck

Alle Artikel rezensiert

Jeder Autor erhält ein Freixemplar der Zeitschrift.

Freier Zugang zur elektronischen Version der Zeitschrift.

Senden Sie den Artikel an die Redaktion, der Autor bestätigt seine Einzigartigkeit und übernimmt die volle auskommen die Verantwortung für die möglichen Folgen für Urheberrechtsverletzungen

Die Redaktion

Chefredakteur **Wjatscheslaw Demidow**

Der wissenschaftliche Beirat

- *Andreev A. A. - v. und. Dozent des Lehrstuhls für Wärmetechnik NUK;*
- *Irsha Herr Doktor der historischen Wissenschaften. (Bratislava, Slowakei) ;*
- *Khoroshkevych A. L. Doktor der historischen Wissenschaften (Moskau, Russland) ;*
- *Ermolenko C. Doktor der philologischen Wissenschaften (Kiew. Ukraine) ;*
- *In Качкан. Doktor der philologischen Wissenschaften (Iwano-Frankiwsk, Ukraine) ;*
- *Bashnjanyn G. I., Doktor der Wirtschaftswissenschaften, Professor, Leiter des Lehrstuhls für Wirtschaftstheorie der Lemberger Gewerbe Akademie;*
- *J. M. Barsky, Doktor der Wirtschaftswissenschaften, Professor, Lutsk nationale technische Universität;*
- *Shvets N.G., Doktor der Wirtschaftswissenschaften, Professor;*
- *Bocharov V. A., der Doktor der medizinischen Wissenschaften, Professor, der Odessa Medical Institute des Internationalen humanitären Universität;*
- *Waldemar Wójcik, Doktor der technischen Wissenschaften, Professor, Lubliner öko-University of Technology;*
- *Weber A. I., Doktor der politischen Wissenschaften, Professor der Kiewer nationalen Taras-Schewtschenko-Universität;*
- *Doolin P. G., Doktor der philosophischen Wissenschaften, der Nikolaev nationale Universität. V. sukhomlinsky, Leiter der Abteilung für Philosophie;*
- *Volzhenceva I. V., Doktor der psychologischen Wissenschaften, Professor, Leiter des Lehrstuhls für Psychologie makeevsky Wirtschafts- und Geisteswissenschaften des Instituts.*

«Spirit time»

Adresse des Verlages:
"NG Verlag", Dunckerstraße 90 10437 Berlin (Berlin)
E-mail: info@spirit-time.xyz
<http://www.spirit-time.xyz/>

CONTENT

ECONOMY

<i>Gaiduk V.I., Kalitko S.A., Krivoshchapov S.</i> INNOVATIVE METHODS OF LIDOGENERATION AS A TOOL TO INCREASE SALES3	<i>Leontyev R.G.</i> FROM BUSINESS STRUGGLE TO COMPETITIVE POWER OF MARITIME PORT: QUASISEQUENCE OF CONCEPTUAL MODELS10
<i>Gaiduk V.I., Kalitko S.A., Popova E.I., Shapovalova G.I.</i> CURRENT STATUS OF THE ORGANIZATIONS OF THE DAIRY INDUSTRY OF THE KRASNODAR TERRITORY6	

LINGUISTICS

<i>Gaukhar I. Issina</i> RELIGIOUS DISCOURSE IN THE MEDIA OF KAZAKHSTAN: SPECIFICITY AND GENRES....17	<i>Kucher I.N.</i> INDIVIDUAL-AUTHOR CONCEPT "DEATH" AS THE ELEMENT OF IDENTITY A. TENNISON19
---	--

LITERARY CRITICISM

<i>Bullo I.D., Senchenya M.A., Davydova S.A.</i> COMICS AS A PHENOMENON OF MASS CULTURE23

LOCAL STUDIES

<i>Stasiv I.V.</i> ORIGIN OF ARAL GEOGLYPHS IN KAZAKHSTAN35

PEDAGOGY

<i>Krotova V.V.</i> DEVELOPMENT OF EFFECTIVE METHODS TO COMBAT TEENAGE INFILTRISM38

PHILOLOGY

<i>Tregubchak A. V.</i> STRUCTURAL-SEMANTIC TYPES OF COMPARATIVE CONSTRUCTIONS41
--

PHILOSOPHY

<i>Popov V.V., Muzika O.A., Dzuba L.M.</i> SOCIAL TIME IN THE CONTEXT OF THE FUNDAMENTAL PROBLEMS OF SOCIAL PHILOSOPHY44

ECONOMY

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ЛИДОГЕНЕРАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ¹

*Гайдук В.И.
Калитко С.А.
Кривошапов С.*

INNOVATIVE METHODS OF LIDOGENERATION AS A TOOL TO INCREASE SALES

*Gaiduk V.I.
Kalitko S.A.
Krivoshchapov S.*

Аннотация.

Лидогенерация – это современная маркетинговая стратегия, позволяющая повысить эффективность маркетинговых усилий за счет работы с потенциальными клиентами с определенными контактными данными. Одно из самых эффективных решений в сфере недвижимости является лидогенерация с использованием инструментов интернет-маркетинга. Инновационным предложением лидогенерации в современных условиях на рынке недвижимости являются CPA-сети (партнерские сети), как самый экономически эффективный вариант оплаты рекламы.

Annotation.

Lidogeneration is a modern marketing strategy that allows increasing the effectiveness of marketing efforts by working with potential clients with certain contact information. One of the most effective solutions in real estate is lidogeneratsiya using Internet marketing tools. The innovative offer of lodogeneration in the current conditions in the real estate market is CPA-networks (partner networks), as the most cost-effective option for paying for advertising.

Ключевые слова. Лидогенерация, интернет-маркетинг, продажи, CPA-сети, рынок недвижимости.
Keywords. Lidogeneration, Internet marketing, sales, CPA-networks, real estate market.

Лидогенерация – это маркетинговая стратегия, связанная с поиском и привлечением потенциальных клиентов с определенными контактными данными.

Лидогенерация широко используется на потребительском рынке с ориентацией на конкретные целевые группы (например, рынок недвижимости). Главное особенность таких рынков с точки зрения маркетинга заключается в том, что люди из целевой группы с максимальной вероятностью купят продукт и полностью отсутствует вероятность ситуационной покупки. На примере рынка недвижимости видно, что клиенты перед покупкой тщательно изучают имеющиеся предложения, просматривают разные варианты и могут заниматься вопросом покупки несколько месяцев. Формируется строгая целевая группа, на которую в рамках эффективной лидогенерации направлено рекламное сообщение и рекламные мероприятия.

В настоящее время для определения нужных целевых групп используются инструменты интернет-маркетинга, позволяющие определять поведенческие запросы и демографические характеристики. Основными инструментами целенаправленного интернет-маркетинга является реклама в

поисковых системах, социальных сетях, на специализированных онлайн ресурсах. Основными достоинствами лидогенерации при помощи инструментов интернет-маркетинга является:

1. Широкий охват аудитории.
2. Максимальное целевое обращение.
3. Скорость и точность анализа реагирования аудитории.
4. Оперативность изменений в коммуникации.
5. Измеримость эффективности затрат на интернет-маркетинг.
6. Интерактивность.
7. Формирование базы данных потенциальных клиентов.

При этом, очень важно учитывать при продвижении товаров с помощью лидогенерации уровень активности и вовлеченности интернет-аудитории. С ней возможно взаимодействие напрямую: мотивировать кликать на баннеры и ссылки, участвовать в опросах, комментировать, давать оценки, оформлять заказ. Возможности интернет-маркетинга позволяют онлайн укрепить позиции бренда, привлекать и сохранять клиентов, повышать уровень продаж.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований» в рамках научно-исследовательского проекта 18-010-00545 А

Рынок недвижимости г. Краснодара является одной из самых высококонкурентных площадок для девелоперской активности, уступая только Москве и Санкт-Петербургу. Это обусловлено тем, что в настоящий момент город является одним из самых инвестиционно привлекательных в России и испытывает потребность в жилой недвижимости различного ценового диапазона. В связи с этим на

рынке присутствует большое количество застройщиков, которые ведут конкурентную борьбу в разных нишах рынка и за аудитории, обладающие различным уровнем платежеспособности. В 2017 г. число девелоперов, работающих на рынке, практически не изменилось - всего насчитывается свыше 100 компаний, возводящих многоквартирные объекты. В таблице 1 представлен список ведущих строительных компаний Краснодара.

Таблица 1

Рейтинг ведущих застройщиков Краснодара

Место в ЕРЗРФ*	Название застройщика	Строится, м2	Жилых комплексов	Коттедж-ных поселков	Всего домов
21	ГК «Европея»	517 149	7	1	71
25	ГК ВКБ-Новостройки	478 699	12	0	32
28	«AVA Group»	435 423	9	0	28
38	ГК «Флагман»	342 976	11	0	32
43	ГК АСК	308 339	7	0	26
45	СК ЮСИ	307 837	9	0	19
53	ГК ССК	276 870	8	0	21
54	ООО «Дарстрой-Юг»	272 419	4	0	65
70	НСИ-Юг	240 710	8	0	16
83	СК «Семья»	215 291	1	0	25
90	ГК ГИК	205 916	5	0	16
96	ГК Девелопмент-Юг	197 150	9	0	27

* - Единый реестр застройщиков РФ

Из более чем ста строительных компаний почти 37% относятся к проблемным. Кроме того, в настоящий момент многие застройщики сокращают степень своего присутствия. Например, по итогам прошлого года двукратное снижение объема строительства зафиксировано у лидеров 2016 г. «ВКБ-Новостройки», «ЮгСтройИнвест» и «Нефтестройиндустрия». Таким образом, произошло сокращение количества активных игроков, что в дальнейшем, приведет к фактическому снижению числа строительных компаний на рынке. Причина существующего спада кроется в следующем:

1. Переизбыток предложения сложившийся в годы пиковой девелоперской активности за 2014-2015 гг.

2. Политика муниципальной администрации (проверка выданных разрешений на строительство, ужесточение требований к новым объектам) направленная на снижения числа проблемных строек.

3. Потенциальное ужесточение ФЗ №214.

В сложившейся ситуации большинство игроков придерживалось сдержанной политики относительно выхода новых проектов. Однако, существующие и потенциальные ограничения не сказываются на стремлении застройщиков улучшить свои позиции в конкурентной борьбе. Существует большое количество факторов, влияющих на конкурентоспособность строительной компании, но для высококонкурентного и «перегретого» рынка определяющим все-таки остается способность реализовывать квартиры в условиях, когда у клиента есть несколько похожих вариантов. Поэтому

девелоперы должны не только обновлять технологии строительства и технологическое оборудование, повышая тем самым качество конечного продукта, но и искать новые эффективные способы увеличения объема продаж. Высокое качество реализуемых квартир без высокого уровня продаж не позволит девелоперу достичь своей конечной цели, а именно победы в конкурентной борьбе. Победы не разовой, не случайной, а как закономерный итог постоянной работы по стимулированию продаж.

Одно из самых эффективных решений в этой сфере является лидогенерация с использованием инструментов интернет-маркетинга. Однако в связи с динамичностью развития отрасли, а также высокой концентрацией IT-компаний и инвесторов, создающих новые рекламные площадки, доски объявлений и агрегаторы, застройщику необходимо постоянно работать над поиском и внедрением новых инструментов лидогенерации. Только таким способом можно сохранять и повышать конкурентоспособность строительной компании, оперативно реагировать на все изменения в отрасли и поддерживать стабильно высокий уровень продаж. Без планомерной работы над рекламными кампаниями и поэтапного внедрения эффективных инструментов, ни один девелопер не сможет эффективно осуществлять лидогенерацию в течение длительного периода времени.

Из актуальных инновационных предложений на рынке недвижимости все большую популярность приобретают CPA-сети (партнерские сети). Данный формат является новым для отечественного рынка и его суть заключена в его названии: «Cost Per Action (с англ. — оплата за действие)». В

этом случае рекламодатель платит за конкретных потребителей, подтвердивших интерес к продукту целевыми действиями.

На рынке недвижимости таким действием, за который взимается плата является целевой звонок. В отличие от стандартной лидогенерации (в рамках отдела маркетинга или привлеченного рекламного агентства), где оплата идет за лид (контактные данные), в рамках СРА-сетей исключены затраты времени на нецелевые звонки, недозвоны и т.д. Оплата идет сугубо за приведенного клиента. В такой ситуации застройщику не нужно следить за процентом бракованных заявок (некорректные номера, недозвоны и т.д.), а также за количеством заявок, переведенных в работу отделом продаж. Все эти стадии воронки продаж отсекаются и начинается генерирование клиентов с момента их обращения в отдел продаж. Еще одним из достоинств является отсутствие неопределенности, связанной с ценой, которую будет стоить приведенный клиент. Стоимость целевого звонка определяет сам девелопер. Если он хочет получить 100 звонков по 1000 рублей, то он их гарантированно получит. При классическом размещении рекламы при помощи поисковых сетей Яндекс и Google, многое будет зависеть от качества настройки рекламных кампаний. Если их качество будет низким, то застройщику лиды могут обойтись в 2000 рублей или перевод этих лидов в целевые обращения составит 50%. В итоге на одинаковый бюджет клиент получит разное количество целевых обращений. Также это значительно снижает риски застройщика. Ведь в случае некачественной работы рекламных кампаний расходы несет на себе партнер.

Все действующие лица имеют свою позицию и цели. Застройщик-реklamодатель, стремится ограничить риски и получить гарантированное число обращений. Веб-мастер вкладывает в рекламу собственные средства – его задача привести клиента за меньшую сумму, чем ему заплатит рекламодатель, т.к. разница между его расходами и вознаграждением и будет прибылью веб-мастера. СРА-сеть создает условия для функционирования работы партнеров, за что получает комиссию. В роли веб-мастера могут выступать как крупные агрегаторы недвижимости, так и частный интернет-маркетолог. В качестве примера, возьмем федеральный агрегатор недвижимости g-n.ru.

Воронка обращений состоит из 5 этапов. На первом этапе происходит сбор трафика со всех возможных направлений, связанных с покупкой недвижимости. Трафик направляется на тысячи онлайн-анкет для выявления потребностей клиента. Исходя из потребностей сервис подбирает наиболее подходящие жилые комплексы. Каждый жилой комплекс представлен в виде лендинговой страницы с подробным описанием: адрес, преимущества, фотографии, цены, планировки, отделка и т.д. Все поступившие заявки далее поступают в CRM-систему. Это 4-й этап воронки. Здесь заявки делятся на 2 типа: для застройщиков и для агентств недвижимости.

Риэлторские компании получают доступ в отдельный личный кабинет, где могут обрабатывать заявки поступающие из онлайн-анкет. Заявки, которые поступают с карточек жилых комплексов портала g-n.ru передаются в call-центр. Специалисты центра фильтруют нецелевые обращения и брак (некорректный номер и т.д.). В случае, если заявка целевая, специалист call-центра соединяет клиента с отделом продаж застройщика. Таким образом, удается избежать нецелевых обращений, а, следовательно, девелопер платит только за «живых» клиентов, а не за список контактов.

Безусловно, появление новых инструментов и способов продвижения необходимо внедрять в рекламные кампании, но в этом следует соблюдать грамотный баланс, прежде чем использовать весь маркетинговый бюджет на новый рекламный канал. Застройщику необходимо изначально выделить небольшую долю от рекламного бюджета на тестирование нового направления. Даже в случае положительных результатов эксперимента не следует полностью переориентировать рекламу, так как у всех маркетинговых каналов есть определенная емкость.

Подводя итог, следует отметить, что к интернет-маркетингу в настоящее время прибегает большинство компаний, чей бизнес не связан напрямую с интернетом (например, жилищное строительство). Застройщикам необходимо выстраивать диалог с клиентом на стадии зарождения потребности, особенно когда речь идет о рынках с высокой концентрацией участников, таких как сложился в г. Краснодар. Время, когда достаточно возводить хорошее жилье, а люди сами тебя найдут, остались позади. Девелоперам нужно быть гибкими и клиентоориентированными, уметь выстраивать отлаженную систему стимулирования продаж. Использование современных инструментов лидогенерации позволит строительным компаниям эффективно вести конкурентную борьбу в долгосрочной перспективе.

Литература:

1. УПРАВЛЕНИЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬЮ И ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ *Гайдук В.И., Калитко С.А., Коннова Ю.Д.* Colloquium-journal. 2018. Т. 5. № 6 (17). С. 34-39.
2. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ *Гайдук В.И., Белкина Е.Н., Калитко С.А., Вороков С.С., Вороков А.С.* Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина. Краснодар, 2017.
3. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА В ПТИЦЕВОДЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ *Гайдук В.И., Калитко С.А., Заднепровский И.В.* В сборнике: МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИННОВАЦИОННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ И РАЗРАБОТОК. сборник статей международной научно-практической конференции: в 2 частях. 2017. С. 20-23.

4. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ООО "БУМФА ГРУПП" Г. ЧЕРКЕССКА *Гайдук В.И., Калитко С.А., Хутова И.М.* Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 111. С. 520-537.

5. РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ-8: БУДУЩЕЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

ГЛОБАЛИЗАЦИИ *Агарков Е.Ю., Арутюнов Э.К., Арутюнян Ю.И., Багмут А.А., Белова Л.А., Белокрылов К.А., Белокрылова О.С., Берицкий Ю.И., Бражниченко Д.В., Бурковский П.В., Василенко Н.В., Вертий М.В., Власова Н.В., Гайдук В.И., Гайсин Р.С., Генералова С.В., Григорян М.Г., Гришин Е.В., Захарян А.В., Золотарев В.С. и др.* Коллективная монография / Краснодар, 2018.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ²

*Гайдук В.И.
Калитко С.А.
Попова Э.И.
Шановалова Г.И.*

CURRENT STATUS OF THE ORGANIZATIONS OF THE DAIRY INDUSTRY OF THE KRASNODAR TERRITORY

*Gaiduk V.I.
Kalitko S.A.
Popova E.I.
Shapovalova G.I.*

Аннотация.

Молочная отрасль Краснодарского края занимает ведущее место в АПК региона, вносит весомый вклад в обеспечение продовольственной безопасности страны. Участники молочной отрасли в течение последних лет ощутили серьезные изменения в своей деятельности под влиянием тенденций в экономической ситуации, что, естественно, отразилось на производственных показателях отрасли в целом. В статье приведены и охарактеризованы показатели производства и переработки молока в Краснодарском крае за 2012-2016 г.г., приоритетные направления государственного регулирования отрасли.

Annotation.

The dairy industry of the Krasnodar Territory occupies a leading place in the agro-industrial complex of the region, it makes a significant contribution to ensuring the country's food security. Participants of the dairy industry during the past few years have experienced significant changes in their activities under the influence of trends in the economic situation, which, naturally, affected the production performance of the industry as a whole. The article shows and characterizes the indicators of milk production and processing in the Krasnodar Krai for 2012-2016, the priority directions of state regulation of the industry.

Ключевые слова. Молоко, молочная отрасль, производство, молочная продукция, рынок, государственное регулирование.

Keywords. Milk, dairy, production, dairy products, market, government regulation.

Россия является одним из лидеров в мире по потреблению молока и молочной продукции и представляет собой крупный молочный рынок. Вместе с тем, она остается одним из наиболее перспективных рынков с точки зрения роста потребления молочной продукции.

В молочной промышленности в Краснодарском крае сосредоточены значительные производственные мощности (возможность перерабатывать около 2 млн. т молока и производить порядка 785

тыс. т цельномолочной продукции, 75 тыс. т сгущенного молока, 35 тыс. т животного масла, 34 тыс. т жирных сыров и т.д.).

Данные таблицы 1 наглядно демонстрируют отрицательную динамику в объеме производства товарного молока (за исключением крестьянских (фермерских организаций) и индивидуальных предпринимателей). За последние пять лет объем производства молока в крае снизился на 2,3%, а среднегодовой надой молока на одну корову за этот же период увеличился на 14,8% (рисунок 1).

² Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований» в рамках научно-исследовательского проекта 18-410-230033 p_a

Таблица 1

Производство товарного молока в Краснодарском крае, тыс. т

Форма хозяйствования	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение 2016 г. к 2012 г., в %
Сельскохозяйственные организации	874,2	824,7	821,9	850,3	871,4	99,7
Крестьянские (фермерские организации) и индивидуальные предприниматели	74,0	80,5	85,6	90,2	100,2	135,4
Хозяйства населения	441,0	414,1	394,6	387,1	385,4	87,4
Итого	1389,2	1319,4	1302,1	1327,6	1357,0	97,7

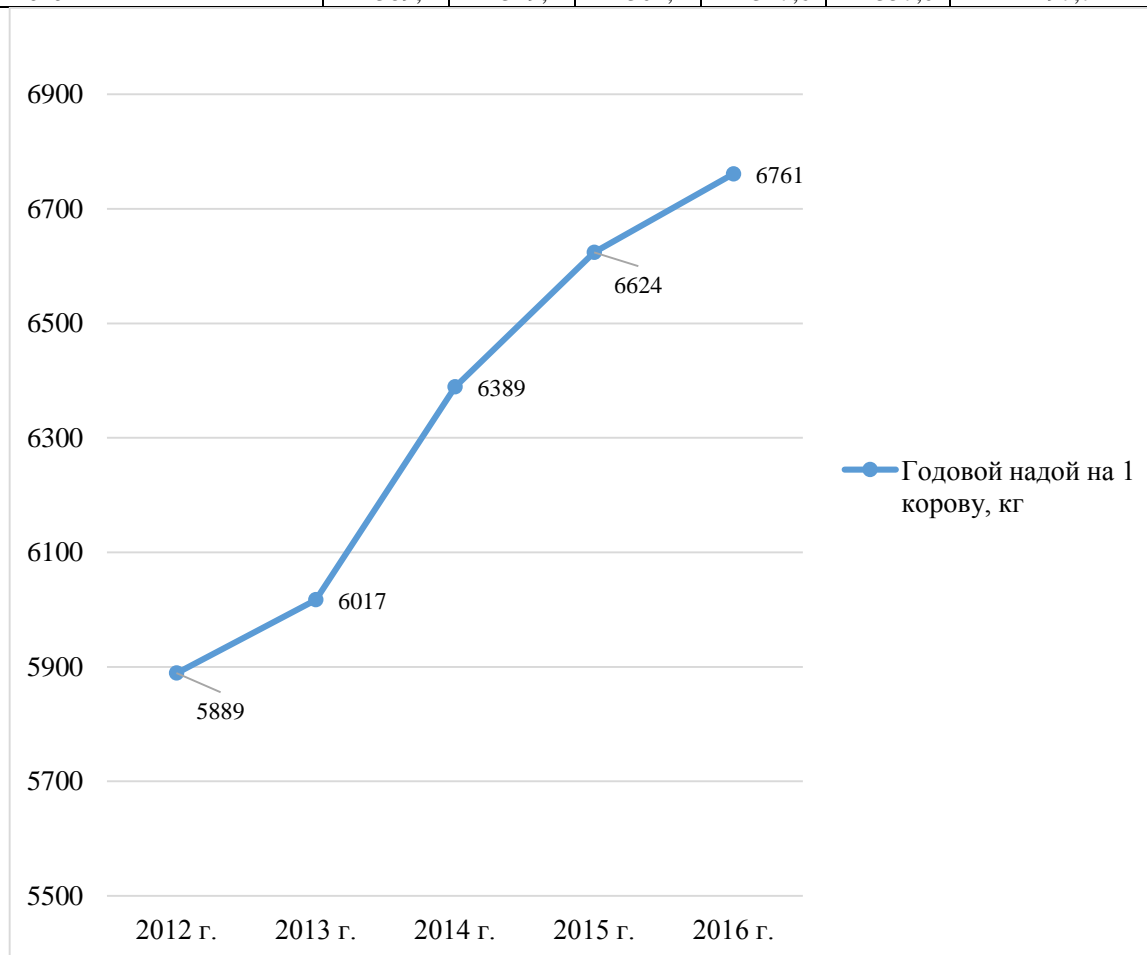


Рисунок 1 – Среднегодовой надой на 1 корову, кг/год

Существующая сырьевая база не может в полном объеме обеспечить потребности молочной отрасли Краснодарского края, из-за чего производителям молочной продукции приходится импортировать сырье.

За последние 5 лет наблюдается рост производственных мощностей в организациях, производящих молочную продукцию (таблица 2). При этом сохраняется острая нехватка сырья, так как порядка 20% молока импортируют, поэтому приоритетным направлением в отрасли, согласно стратегии развития до 2030 г., является увеличение поголовья скота на 30%.

Имеет место тенденция роста производства цельномолочной продукции, достигаемая за счет роста поголовья скота и показателей удоя. В разрезе по конкретным видам продукции наибольший прирост наблюдается в объеме производства йогуртов (+42,3 %) и сливок (+32,6 %).

Резкое сокращение наблюдается в объемах производства творога (-44,4 %), варенца (-42,9 %) и сметаны (-13,7 %) (таблица 2).

Таблица 2

Производство основных видов молочной продукции в Краснодарском крае

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение 2016 г. к 2012 г., %
Цельномолочная продукция, всего	791,1	806,8	822,3	831,9	821,7	103,9
из нее:						
молоко жидкое обработанное	334,1	322,5	326,2	301,4	309,5	92,6
сливки	4,6	7,2	8,2	8,4	6,1	132,6
творог	51,1	31,7	40,3	42,5	28,4	55,6
творог зерненный, тонн	2,5	2,5	0,2	–	2,6	104,0
масса творожная	1,9	1,3	0,8	1,1	1,8	94,7
йогурт без пищевых продуктов и пищевых добавок	2,6	3,3	3,1	3,2	3,7	142,3
айран	0,2	0,1	0,1	0,03	0,0	0,0
кефир без пищевых добавок	96,1	103,9	102,4	95,3	95,8	99,7
варенец	0,7	0,6	0,5	0,4	0,4	57,1
ряженка	19,9	20,0	20,1	20,2	20,3	102,0
простокваша	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	100,0
сметана с массовой долей жира от 15,0% до 34,0%	52,0	49,4	46,4	57,5	44,9	86,3
Масло сливочное и пасты масляные	10,0	10,2	9,7	10,1	10,1	103,9

В Краснодарском крае выделяют четыре организации, которые перерабатывают в совокупности 627,8 тыс. тонн, их доля в общем объеме переработки молока в крае составляет 50,6% (таблица 3).

Распределение долей между лидерами на рынке переработки в Краснодарском крае достаточно равномерное, ОАО «Тимашевский молочный

комбинат» занимает 14,7% рынка, ЗАО «Сыродельный комбинат Ленинградский» также имеет долю 14,7%, ЗАО «Кореновский молочно-консервный комбинат» – 12,4%, АО «Данон Россия» – 8,8%.

Таблица 3

Сегментация регионального рынка по объемам производства молока

№ п/п	Производители	Объем переработки молока в год, тыс. т	Доля на региональном рынке, %	Доля на рынке России, %
1	ООО «Вимм-Билль-Данн», группа компаний PepsiCo	182 500	14,7	5,95
2	ЗАО «Сыродельный комбинат Ленинградский»	182 500	14,7	1,52
3	ЗАО «Кореновский молочно-консервный комбинат»	153 300	12,4	0,90
4	АО «Данон Россия» (Молочный комбинат Лабинский)	109 500	8,8	6,82

Для переработки молокоперерабатывающими организациями региона не хватает местного молока. Как показал рейтинг ТОП-50 компаний-производителей молока, крупные инвесторы вкладывают средства в развитие молочного животноводства в регионе и активно наращивают объемы производства молока.

Экономические преобразования в молочной промышленности Кубани вызвали остановку или

банкротство 12 заводов. На сегодняшний день главная проблема молочной промышленности Краснодарского края – ресурсообеспеченность, в основном, это относится к обеспеченности молочных предприятий сырым молоком, эффективному использованию производственных мощностей.

Производство молока в Краснодарском крае в ближайшем будущем планируется увеличить на 400 тыс. тонн, а к 2030 году нарастить ежегодный объем до 2,1 млн. тонн.

В 2018 году сумма государственной поддержки по грантам для семейных ферм составит 196 млн. рублей, что в два раза превышает аналогичный показатель в 2016 году.

Значительные суммы выделены на возмещение процентов по инвестиционным кредитам и на развитие этого направления в личных подсобных и крестьянских фермерских хозяйствах.

В целом, несмотря на ряд негативных моментов в развитии молочной отрасли Краснодарского края, прогнозируется положительная динамика ее развития.

Приоритетными направлениями государственного регулирования для минимизации негативных тенденций должны быть:

1. Разработка мер, направленных на рост уровня прибыльности и рентабельности организаций отрасли с помощью субсидирования инвестиционной деятельности, а также частичного возмещения понесенных затрат на создание новых и модернизацию существующих перерабатывающих производств.

2. Стимулирование товаропроизводителей молочной отрасли к разработке и внедрению инновационных технологий; возмещение части понесенных затрат на реализацию инновационных процессов.

3. Создание комплексной системы, направленной на информационную и консультационную поддержку производителей молочной продукции, путем оказания информационной и методической поддержки, информирования о передовых технологиях в производстве молочной продукции, проведения выставок, семинаров и конкурсов.

4. Разработка льготного механизма налогообложения для товаропроизводителей молочной отрасли [1,2,3,4,5,6,7,8].

Литература:

1. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОЦЕССА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В АПК Гайдук В.И., Калитко С.А., Никифорова Ю.А., Агарков Е.Ю. В сборнике: РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ-7: ОТ СТАГНАЦИИ К РАЗВИТИЮ Агарков Е.Ю., Арутюнов Э.К., Арутюнян Ю.И., Болдырева И.А., Бугаева М.В., Васильев К.А., Вороков А.Л., Гайдук В.И., Гайдук Н.В., Гайсин Р.С., Горохова А.Е., Грибова О.В., Заднепровский И.В., Закиматов Г.В., Зачишигрива В.С., Иванова И.Г., Искандарян Г.О., Калитко С.А., Козлов В.В., Комлацкий Г.В. и др.

Коллективная монография. Краснодар, 2017. С. 304-314.

2. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ Гайдук В.И., Белкина Е.Н., Калитко С.А., Вороков С.С., Вороков А.С. Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина. Краснодар, 2017.

3. РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ-8: БУДУЩЕЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА ГЛОБАЛИЗАЦИИ Агарков Е.Ю., Арутюнов Э.К., Арутюнян Ю.И., Багмут А.А., Белова Л.А., Белокрылов К.А., Белокрылова О.С., Бершицкий Ю.И., Бражниченко Д.В., Бурковский П.В., Василенко Н.В., Вертий М.В., Власова Н.В., Гайдук В.И., Гайсин Р.С., Генералова С.В., Григорян М.Г., Гришин Е.В., Захарян А.В., Золотарев В.С. и др. Коллективная монография / Краснодар, 2018.

4. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ Шопалова Г.И., Радченко А.М., Калитко С.А. В сборнике: Институциональная трансформация экономики России в условиях новой реальности Материалы международной научной конференции: текстовое электронное издание. 2017. С. 510-515.

5. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ПРИЕМ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РИСКА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ Калитко С.А., Агарков Е.Ю., Попова Э.И. Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2017. № 130. С. 894-910.

6. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ Гайдук В.И., Комлацкий Г.В., Яньшина Е.В. Международный сельскохозяйственный журнал. 2018. № 4 (364). С. 26-30.

7. НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МОЛОЧНОГО БИЗНЕСА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ Гайдук В.И., Шибанихин Е.А. В сборнике: Российская экономическая модель: содержание и структура. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. 2012. С. 23-36.

8. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА Гайдук В.И., Олечкин В.Ф. Краснодар, 2000.

**ОТ КОНКУРЕНЦИИ К КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОРПОРТА:
КВАЗИПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ***Леонтьев Рудольф Георгиевич**д-р экон. наук, профессор, почетный работник высшего профессионального образования РФ,
главный научный сотрудник ВЦ ДВО РАН, г. Хабаровск, Российская Федерация***FROM BUSINESS STRUGGLE TO COMPETITIVE POWER OF MARITIME PORT:
QUASISEQUENCE OF CONCEPTUAL MODELS***Leontyev R.G.**Computer center of the Far East office Russian Academy of Sciences
Khabarovsk, Russia***Аннотация:**

В статье выявлены квази обоснованный и достоверный последовательные ряды начальной, промежуточных и конечной концептуальных моделей определения экономических родственных дефиниций: от базовой общей категории «конкурентоспособность» до производного частного понятия «конкурентоспособность морского порта».

Annotation:

In this article there are revealed a quasi reasonable and stream flow sequences of beginning, interim and final conceptual models of economical related definitions concept: from basic general category “competitive power” till derivative private concept “competitive power of maritime port”.

Ключевые слова: Экономическая категория, производные понятия, конкуренция, конкурентоспособность, концептуальные модели, определения дефиниций, услуги морского порта.

Key words: Economical category; derived notion; business struggle; competitive power; conceptual models; concept definition; services of maritime port.

В последнее время в нормативно-правовых актах, регулирующих функционирование морского транспорта, в программных государственных документах, определяющих перспективы его развития, и исследовательских работах, целью которых являлось обогащение научных знаний об экономической специфике этого важнейшего вида транспорта, стали продуцироваться различные варианты спорных определений такого понятия, как «конкурентоспособность морских портов». Причем это понятие именно в спорных интерпретациях вошло в профессиональный тезаурус (а точнее в сленг, жаргон) весьма ответственных сотрудников отраслевых вузов, государственных управленческих учреждений морского транспорта и федеральных ведомств, регулирующих его деятельность как отрасли инфраструктуры экономики страны.

Поэтому у некоторой части исследовательской общественности (аспирантов – «производственников» и их научных руководителей из ведущего отраслевого вуза) возникла потребность легализовать применение указанного понятия со спорным определением, например, поставить перед собой такую благородную задачу: «*уточнить понятие «конкурентоспособность морского порта» посредством обоснования подхода к определению этого понятия».*

Однако анализ некоторых утверждений, представляющих результаты одной осуществленной в 2016-2018 годы конкретной попытки решить ука-

занную задачу в рамках отдельной журнальной статьи или научно-квалификационной работы, позволил выявить следующие обстоятельства.

Здесь следует отметить, что выраженное в первых четырех утверждениях указанной статьи (Бодровцева Н.Ю. Понятие и виды конкурентоспособности морских портов // Транспортное дело России. – 2016. - № 5. – С. 31-33) стремление относящегося к морскому вузу ее продуцента как-то сформулировать постановку задачи исследования по выработке определения понятия конкурентоспособности морского порта и по выбору приемлемых методов ее оценки не получило должного воплощения (это обстоятельство было выявлено в предыдущем исследовании автора настоящей работы).

Вместе с тем следует отметить, что и обозначенная в последующих утверждениях (5-7) анализируемой статьи попытка относящегося к морскому вузу ее продуцента как-то привязать общие представления об основных научных подходах к определению категории «конкуренция» к проблеме оценки и формирования «конкурентоспособности морских портов» также не получила должного исследовательского воплощения (данное обстоятельство было выявлено в другом предыдущем исследовании автора настоящей работы).

Для того, чтобы лучше понять причины появления этих неудач продуцента анализируемой в настоящей работе статьи и оценить степень их (причин) негативного воздействия на ход представленных в ней дальнейших рассуждений относительно «конкурентоспособности морского порта»,

здесь следует вернуться к рассмотрению утверждения, представленного в ней седьмым.

Утверждение 7 – «Именно маркетинговый подход определяет понятие «конкурентоспособность», т.к. состязательность и соперничество субъектов предполагают способность быть конкурентными. Другими словами, соперничающие субъекты должны быть конкурентоспособными».

Анализ содержания данного утверждения, отражающего некую концептуальную модель определения понятия «конкурентоспособность», позволил выявить следующие негативные обстоятельства:

а) данное утверждение грешит фактами недостаточно грамотного построения фразеологии русского языка:

- во-первых, слова «состязательность» и «соперничество» являются синонимами [1], то есть налицо – неприемлемый для научных статей и рецензируемых журналов факт продуцирования тавтологии. Поэтому вместо некорректного словосочетания «состязательность и «соперничество» следовало бы применить выражение «состязательность (соперничество)»:

- во-вторых, если условно принять авторскую редакцию данного утверждения, то все равно в нем вместо некорректного слова «предполагают» следовало бы употребить словосочетание «предполагает их»;

- в-третьих, содержание второго предложения вкупе с содержанием первого предложения по сути представляют собой неприемлемый для научных статей и рецензируемых журналов факт продуцирования тавтологии. Поэтому во избежание этого факта следовало бы из первого предложения убрать слово «способность» и вместо некорректного слова «конкурентными» употребить в нем слово «конкурентоспособными», а второе предложение целиком изъять из утверждения 7;

б) что касается содержательной научной ценности и авторства утверждения 7, то здесь следует отметить следующее:

- во-первых, авторская попытка при помощи «маркетингового подхода к определению понятия «конкуренция» разъяснить суть «определения понятия «конкурентоспособность» оказалась неудачной не только из-за неграмотной редакции формулировок утверждения б о, якобы, «выделении экономической наукой трех основных подходах», но и по причине того, что в этих формулировках, свойственных для всей общей человеческой деятельности, никак не отражена экономическая составляющая, поскольку в них отсутствуют какие-либо соответствующие термины: «рынок», «товар», «услуга», «потребитель», «производитель», «потребность», «спрос», «предложение» и др.;

- во-вторых, как уже было выяснено в предыдущем исследовании автора настоящей работы, с одной стороны, все «три основных подхода к определению понятия «конкуренция» в сумме не обеспечили выявления достоверной научно обоснованной формулировки исчерпывающего определения понятия (и категории – тем более) «конкуренция»,

то есть представляются надуманными и недостоверными. А с другой стороны, сведения о «трех подходах к определению конкуренции» явно не принадлежат автору анализируемой статьи, поскольку получается, что он эти сведения заимствовал (без положенной соответствующей библиографической ссылки) из работы [2, с. 84,85];

- в-третьих, даже высказанное автором утверждения 7 ошибочное суждение о том, что де «именно маркетинговый подход определяет понятие «конкурентоспособность», принадлежит отнюдь не ему. Так в работе [2, с. 107] сообщается, что «на наш взгляд, наиболее четкое и полное определение понятия конкурентоспособности товара дают специалисты в области маркетинга». Получается, что подобное суждение было впервые высказано не в 2016 году (автором анализируемой статьи), а еще в далеком 2000 году в работе [2, с. 107] на которую и следовало бы сослаться в утверждении 7. Более того соответствующее суждение было воспроизведено (также без необходимой ссылки на работу [2]) в 2011 году в диссертации С.В. Никулиной [26, с. 55,56];

- в-четвертых, выдвигая в утверждении 7 суждение о том, что де «именно маркетинговый подход определяет понятие «конкурентоспособность», его автор при этом не представляет никаких доводов, доказательств и обоснований, подтверждающих справедливость этого суждения, или хотя бы не делает соответствующие ссылки на библиографические источники (например, на ту же явно известную ему работу [2]). Не делая ни того, ни другого автор утверждения таким образом выставляет указанное суждение как голословное, то есть де факто недостоверное и де юре ничтожное;

в) вместе с тем несоответствие современным научным воззрениям и реальной действительности суждения автора утверждения 7 о том, что де «именно маркетинговый подход (к определению категории «конкуренция» - прим. Р.Л.) определяет понятие «конкурентоспособность», подтверждают следующие обстоятельства:

- во-первых, высказывание предпочтения «именно маркетинговому подходу к определению понятия «конкуренция» только на основании мнения Ф. Котлера (как это примитивно и безосновательно делает автор анализируемой статьи) представляется нонсенсом в сфере методологии, теории и практики экономической науки. И не только потому, что такого строго выделенного специфического научного «подхода» не существует в природе. А главным образом потому, что в данном случае автору анализируемой статьи следовало бы проштудировать труды всех представителей экономической науки, прежде чем скоропалительно и крайне несерьезно ссылаться только на Ф. Котлера;

- во-вторых, при этом создается впечатление, что автор анализируемой статьи не только искренне считает, но и пытается внушить читателю, что наиболее точное и полное определение категории «конкуренция» можно найти только в трудах Ф. Котлера. Однако на самом деле подробный и квалифицированный анализ всех существующих (в

том числе экономических) определений категории «конкуренция» давно осуществлен и его результаты аккумулированы в популярных словарях русского языка (например, [3,4]), фундаментальных и справочных экономических словарях (например, [5-9]) и даже экономических энциклопедиях (например, [10,11]), а также в вузовской учебной литературе (например, [12,13]) и посвященных сугубо теории и практики конкуренции публикациях (например, [2,14]);

- в-третьих, более того в указанных библиографических источниках гораздо полнее и более квалифицировано представлены определения категории «конкуренция», чем в примитивном изложении автором анализируемой статьи (в рамках так называемого «маркетингового подхода») этого определения при помощи версии Ф. Котлера;

- в-четвертых, совершенно непонятно, почему автор анализируемой статьи пренебрег определением статьи 4 Закона РФ «О защите конкуренции» (принятого Государственной Думой 8 июля 2006 года), в соответствии с которым «конкуренция – это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке»? Ведь эта российская официальная формулировка понятия «конкуренция» по всем параметрам превосходит примитивное и неполное изложение автором анализируемой статьи определения этого же понятия в рамках так называемого «маркетингового подхода»;

- в-пятых, также совершенно непонятно, почему автор анализируемой статьи с транспортной тематикой пренебрег определениями категории «конкуренция», представленными в посвященных транспорту библиографических источниках (например, [17,18])? Так в транспортной энциклопедии [17, с. 882] сообщается, что «в условиях государственного регулирования экономики конкуренция – это борьба за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся транспортными предприятиями на освоенных ими сегментах рынка, за поддержание воспроизводственных тенденций, устойчивую деятельность предприятий под воздействием широкой гаммы факторов, зависящих как от эффективного менеджмента, так и от состояния внешней среды». Ведь эта формулировка категории «конкуренция» с транспортной спецификой также по всем параметрам превосходит примитивное и неполное изложение автором анализируемой статьи определения этого же понятия в рамках так называемого «маркетингового подхода»;

- в-шестых, при этом автору анализируемой статьи следовало бы учесть и отметить в ней, что первостепенным критерием оценки конкретно выявленных товарных рынков является «уровень конкуренции» [15] («уровень концентрации продавцов и покупателей» [16]). То есть данные рынки по признаку «уровня конкуренции» могут подразделяться на четыре класса или разряда («категории» [15]),

расположенные в соответствующей классификации по мере убывания уровня конкуренции: с совершенной конкуренцией, с монополистической конкуренцией, с олигополией (дуополией), с монополией;

- в-седьмых, таким образом автору анализируемой статьи не стоило делать вид, что отечественные библиографические источники [2-18], как бы, вообще не существуют или просто не пригодны, и поэтому у него, якобы, возникла необходимость самостоятельно провести анализ, якобы, всех существующих определений категории «конкуренция» из зарубежных первоисточников и обосновать свой выбор, якобы, наиболее приемлемого из них (версию Ф. Котлера), то есть лично получить соответствующий «научный» результат. Какой же примитив и какой же конфуз из этого вышли, читатель вполне может убедиться сам, ознакомившись с указанной «научной» статьей.

Утверждение 8 – «Таким образом, конкурентоспособность в общем случае принято определять, как способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкурентам [20]; либо как способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей [23]».

Анализ содержания данного утверждения, характеризующего другую концептуальную модель определения понятия «конкурентоспособность», из анализируемой в настоящей работе статьи позволил выявить следующие обстоятельства:

- во-первых, известно [3], что слова «таким образом» - это ничто иное, как следовательно. То есть автор анализируемой статьи искренне считает, что такое объективное явление, как «конкурентоспособность в общем случае принято определять, как способность...» (приведенное им в данном утверждении) является всего лишь следствием его субъективного мнения (высказанного им в предыдущем утверждении 7) о том, что де «именно маркетинговый подход определяет понятие «конкурентоспособность». Налицо – непонимание автором статьи причинно-следственных связей описываемых явлений (событий) и недостаточно грамотное построение им фразеологии русского языка;

- в-вторых, в весьма ограниченной журнальным форматом анализируемой статье со специфической морской транспортной тематикой не было никакой необходимости излишне информировать читателя о, том, что «конкурентоспособность в общем случае принято определять, как способность выдерживать конкуренцию», поскольку таковая тривиальная информация общеизвестна, а сама статья отнюдь не посвящена рассмотрению проблем семантики;

- в-третьих, кроме того напрасно автор анализируемой статьи, говоря в ней об «общем случае определения конкурентоспособности» (то есть о «конкурентоспособности» как общепринятом для всех отраслей знания понятии), опрометчиво ссылается М. Портера, поскольку его суждения отно-

сятся не к «общему случаю», а прежде всего к экономическому определению категории «конкурентоспособность»;

- в-четвертых, ведь на самом деле М. Портер, с одной стороны, утверждает буквально следующее [19, с. 15]: «Изучением конкуренции во всем ее многообразии я занимаюсь вот уже два десятилетия. Будучи экономистом и погружаясь в эту дисциплину все глубже и глубже, я пришел к выводу о необходимости изучения сложности процессов, происходящих как в отдельных компаниях, так и в экономике в целом...». А с другой стороны, в книге М. Портера [19, с. 480] утверждается, что «конкурентоспособность – это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений» и что «оценка этого свойства позволяет выделять высокую, среднюю, низкую К». Получается, что автор анализируемой статьи халатно или по незнанию пытается в ней ввести читателя в заблуждение относительно истинного мнения М. Портера;

- в-пятых, вместе с тем, не к месту ссылаясь на М. Портера, автор анализируемой статьи тем самым, как бы, пытается убедить читателя в том, что это он в 2016 году лично открыл для российского научного сообщества суждения этого известного зарубежного экономиста о категории «конкурентоспособность». Однако более квалифицированное цитирование М. Портера и более уместные ссылки на его труды впервые были осуществлены не в 2016 году (автором анализируемой статьи), а, например, еще в далеком 2000 году в работе [2, с. 106] (с которой автор анализируемой статьи явно знаком, поскольку заимствовал без положенной ссылки из указанной работы сведения о том же пресловутом «маркетинговом подходе»). То же самое ранее было воспроизведено и в других фундаментальных публикациях (например, [11]);

- в-шестых, таким образом неприемлемое для научного исследования утверждение 8 (с неграмотно фразеологическим построением и де факто недостоверным и де юре ничтожным содержанием) из анализируемой статьи следовало бы изъять, что принесло бы ее автору только несомненную пользу.

Утверждение 9 – «Под конкурентоспособностью товаров и услуг понимают способность конкурировать на соответствующих рынках товаров и услуг [23, 24], которая определяется как реальная и потенциальная способность изготавливать и реализовывать товары или оказывать услуги, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для покупателей, чем товары и услуги других фирм [25]».

Анализ содержания данного утверждения, отражающего концептуальную модель определения экономической категории «конкурентоспособность товаров и услуг», из анализируемой в настоящей работе статьи позволил выявить следующие обстоятельства:

а) данное утверждение грешит фактами недостаточно грамотного построения фразеологии русского языка:

- во-первых, употребление в данном утверждении (обороте речи) автором анализируемой статьи подряд слов «конкурентоспособность», «способность конкурировать» и «способность» представляется первым недопустимым для всякой научной работы фразеологическим недостатком, как плеоназм (и тем более двойственный);

- во-вторых, употребление в первой части данного утверждения (оборота речи) автором анализируемой статьи дважды словосочетания «товаров и услуг» также представляется недопустимым для всякой научной работы таким фразеологическим недостатком, как плеоназм. Поэтому следовало бы либо убрать из этой части второе словосочетание «товаров и услуг», либо вместо выражения «на соответствующих рынках товаров и услуг» употребить достаточно корректную словоформу, например, «на рынке, где они продаются и покупаются наряду с их аналогами» или «на соответствующих доступных для других производителей (продавцов) рынках»;

- в-третьих, в первой части данного утверждения (оборота речи) перед словом «способность» целесообразно поставить местоимение «их» и вместо некорректного слова «понимают» нужно бы употребить достаточно корректное словосочетание, например, «следует (необходимо) понимать»;

- в-четвертых, употребление во второй части данного утверждения (оборота речи) автором анализируемой статьи слов «которая» и «которые» представляется еще одним недопустимым для всякой научной работы таким фразеологическим недостатком, как плеоназм. Поэтому, если условно принять авторскую редакцию содержания второй части данного утверждения, то в ней следовало бы вместо слов «которые» и «привлекательны» употребить соответственно слова «являющиеся» и «привлекательными»;

- в-пятых, поскольку «реальная способность» и «потенциальная способность – это два разных явления, то «способность» не может быть одновременно и «реальной», и «потенциальной». Поэтому в данном утверждении следовало бы либо вместо повторно употребленного слова «способность» применить слово «способности», либо перед словом «потенциальная» вместо союза «и» поставить слово «или»;

- в-шестых, поскольку данное утверждение заканчивается словами «других фирм», то, условно соглашаясь со спорным авторским применением в нем термина «фирма», перед словом «изготавливать» следовало бы употребить словосочетание «какой-нибудь (какой-либо, какой-то) фирмы»;

- в-седьмых, из-за неприемлемо тяжеловесной фразеологической конструкции данного утверждения его следовало бы разделить на два предложения. Для чего необходимо после первых квадратных скобок вместо запятой поставить точку, а слово «которая» заменить достаточно корректным словосочетанием, начинающимся с заглавной

буквы, например, или «Такая (данная, указанная) конкурентоспособность», или «Такого (данного, указанного) рода конкурентоспособность», или «Конкурентоспособность такого рода»;

б) кроме того данное утверждение грешит смысловыми неточностями в отражении научных представлений о различных явлениях (событиях) окружающего мира и реальной российской действительности:

- во-первых, для отражения реальной действительности в сфере отечественной экономики, регулируемой соответствующими федеральными законами и другими нормативно-правовыми актами, как в данном утверждении анализируемой в настоящей работе статьи, так и в предназначенном для российских студентов учебном пособии Т.Г. Философовой и В.А. Быкова (2003), на которое ссылается автор данной статьи, вместо зарубежного термина «фирма» следовало бы применять любое из юридически приемлемых понятий: «предприятие», «хозяйствующий субъект» и «коммерческая организация»;

- во-вторых, приписанное Т.Г. Философовой и В.А. Быкову (2003) автором анализируемой статьи суждение о том, что «конкурентоспособность», якобы, позволяет «изготавливать и реализовывать товары или оказывать услуги, которые по ценовым и неценовым характеристикам *более привлекательны* для покупателей, чем товары и услуги других фирм», **в корне противоречит** одному из основных постулатов экономической науки. Поскольку этот постулат гласит (например, [5-7,10,11,19]), что «конкурентоспособность – это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке *наравне* с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений»;

- в-третьих, поэтому как Т.Г. Философовой и В.А. Быкову (2003) в определении понятия «конкурентоспособность товаров и услуг», представленном в их учебном пособии, так и продуценту анализируемой статьи в данном утверждении, вместо противоречащего положением экономической науки выражения «более привлекательны», следовало бы, по мнению автора настоящей работы, употребить достаточно корректное словосочетание «также привлекательны» или «не менее привлекательны»;

в) что касается использования автором анализируемой статьи библиографических источников для формулирования данного утверждения 9, то здесь следует отметить следующие обстоятельства:

- во-первых, в очередной раз ссылаясь в основном на труды М. Портера, автор анализируемой статьи тем самым, как бы, настойчиво пытается убедить читателя в том, что де это он в 2016 году лично открыл для российского научного сообщества суждения этого известного зарубежного экономиста о категории «конкурентоспособность». Однако, как уже отмечалось в настоящей работе выше) более квалифицированное цитирование М. Портера и более уместные ссылки на его труды

впервые были осуществлены не в 2016 году (автором анализируемой статьи), а, например, еще в далеком 2000 году в работе [2, с. 106] (с которой автор анализируемой статьи явно знаком, поскольку занимствовал без положенной ссылки из указанной работы сведения о том же пресловутом «маркетинговом подходе»). То же самое ранее было воспроизведено и в других более фундаментальных публикациях (например, [11]);

- во-вторых, непонятно, зачем автор анализируемой статьи привел недостаточно полное определение понятия «конкурентоспособности товаров и услуг», якобы, принадлежащее М. Портеру, да еще неудачно попытался его уточнить при помощи Т.Г. Философовой и В.А. Быкова (2003)? Ведь в книге того же М. Портера [19, с. 480] утверждается, что «конкурентоспособность – это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений». Нетрудно понять, что данное определение гораздо полнее и более квалифицировано раскрывает суть категории «конкурентоспособность товаров и услуг», чем попытка автора анализируемой статьи сделать это в своем утверждении, уточнив суждение М. Портера, опираясь на мнение Т.Г. Философовой и В.А. Быкова (2003);

- в-третьих, также непонятно, почему автор анализируемой статьи в своем стремлении уточнить М. Портера сразу перешел к учебному пособию Т.Г. Философовой и В.А. Быкова (2003)? Ведь на самом деле подробный и квалифицированный анализ всех существующих (в том числе экономических) определений категории «конкурентоспособность товаров (услуг)» давно осуществлен и его результаты аккумулированы в фундаментальных и справочных экономических словарях (например, [5-7]) и даже экономических энциклопедиях (например, [10,11]), а также в вузовской учебной литературе (например, [12,13]) и посвященных сугубо теории и практики конкуренции публикациях (например, [2,14]). И в указанных библиографических источниках гораздо полнее и более квалифицировано представлены определения категории «конкурентоспособность товаров (услуг)», чем в утверждении 9.

Таким образом рассмотренные в настоящей работе неприемлемые для отражения результатов научного исследования утверждения 7-9 (с неграмотно фразеологическим построением и де факто недостоверным и де юре ничтожным содержанием) из анализируемой статьи следовало бы изъять. Поскольку они, по мнению автора настоящей работы, не только дезинформируют читателя, но и дискредитируют (особенно утверждение 9) не только М. Портера и Т.Г. Философову с В.А. Быковым, но и редакцию журнала «Транспортное дело России», в котором помещена данная статья.

В следующем утверждении 10 анализируемой в настоящей работе статьи Н.Ю. Бодровцевой уже упоминается ключевое для ее «исследования» понятие «конкурентоспособность морских портов»,

в связи с чем необходимо выявить следующие обстоятельства:

- во-первых, совершенно непонятно, почему автор анализируемой статьи с транспортной тематикой пренебрег концептуальными моделями определений таких категорий и понятий, как «конкурентоспособность», «конкурентоспособность товара (услуги)», «конкурентоспособность транспортной продукции», «конкурентоспособность транспортной организации», «конкурентоспособность организации», представленные, например, в транспортной энциклопедии [17, с. 882-885] (в изложении Н.П. Терешинной) и транспортном толковом словаре [18]? Ведь сформулированные в этих библиографических источниках определения указанных категорий и понятий с транспортной спецификой по всем параметрам явно превосходит примитивные и некачественные попытки автора анализируемой статьи при помощи неудачных ссылок на М. Портера хоть как-то приблизиться к более или менее приемлемому определению понятия «конкурентоспособность морских портов»;

- во-вторых, кроме того перед попыткой обосновать концептуальную модель оригинальной формулировки понятия «конкурентоспособность морского порта» автор анализируемой статьи должен был ознакомиться основами определения конкурентоспособности транспортных маршрутов, изложенными, в частности, в отечественных работах дальневосточных исследователей [20-23], а также в изданной МПС РФ более 20 лет назад (но не потерявшей свою значимость и сегодня) работе известного специалиста в сфере железнодорожного транспорта Н.П. Терешинной [24];

- в-третьих, более того автору анализируемой статьи следовало бы выяснить (сделав при этом соответствующие библиографические ссылки), какие официальные и авторские концептуальные модели определений категорий «конкуренция» и «конкурентоспособность товаров (услуг)» использовали в своих кандидатских диссертациях О.А. Казьмина [25, с. 21,28] и С.В. Никулина [26, с. 55-85], которые относительно недавно исследовали в них экономическую деятельность «морских портов», якобы, «в конкурентной среде».

Таким образом вместо непонятного квазиобоснования на основе «маркетингового подхода к определению конкуренции» автору анализируемой статьи следовало бы в ней выявить достоверный последовательный ряд, состоящий из начальной, промежуточных и конечной концептуальных моделей определения экономических родственных дефиниций: от базовой общей категории «конкурентоспособность» до производного частного понятия «конкурентоспособность морского порта».

Литература

1. Александрова З.Е. Словарь синонимов русского языка: Практический справочник. – М.: Рус. яз., 1999. – 495 с.
2. Светульников С.Г. Конкуренция и предпринимательские решения / С.Г. Светульников, А.А. Литвинов. – Ульяновск: Издательство «Корпорация технологии продвижения», 2000. – 256 с.
3. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: ООО "ИТИ Технология", 2003. – 944 с.
4. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов / Л.П. Крысин – М.: Рус. яз., 1998. – 848 с.
5. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 1248 с.
6. Борисов А.П. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2008. – 860 с.
7. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 479 с.
8. Корпоративный и проектный менеджмент: толковый англо-русский словарь-справочник / П.Б. Панкратов и др. – М.: Издательство «Омега-Л», 2010. – 348 с.
9. Николаева И.П. Экономический словарь. М.: Проспект, КНОРУС, 2011. – 160 с.
10. Экономическая энциклопедия / Гл. ред. Л.И. Абалкин. – М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. – 1055 с.
11. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 882 с.
12. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов - М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. – 703 с.
13. Райзберг Б.А. Курс управления экономикой: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2003. – 528 с.
14. Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. – М.: Маркет ДС, 2010. – 464 с.
15. Сломан Дж. Основы экономики: учебник. – М.: Изд-во Проспект, 2005. - 568 с.
16. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2019, - 442 с. (учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова).
17. Большая энциклопедия транспорта: В 8 т., Т 4. Железнодорожный транспорт. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2003. – 1039 с.
18. Транспорт: Толковый словарь / Автор-составитель В.П. Калявин. – СПб.: «Элмор», 2003. – 488 с.
19. Портер М. Э. Конкуренция: Уч. Пос. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.
20. Леонтьев Р.Г., Хмель В.А. Международные транспортные коридоры: трансформации региональной инфраструктуры: научное издание. – М.: ВИНТИ РАН, 2003. – 380 с.
21. Григоренко В.Г., Леонтьев Р.Г. Трансшиб в сфере международного транзита. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2005. – 293 с.
22. Леонтьев Р.Г., Лаптев Н.Н., Соболев А.Н. Сравнительные оценки конкурентоспособности видов транспорта // Транспорт: наука, техника, управление. – 2007. - № 4. – С. 13-20.

23. Леонтьев Р.Г., Орлов А.Л. Транзитный потенциал транспорта Дальнего Востока Российской Федерации (гипотезы и реалии): монография. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2011. – 303 с.

24. Терешина Н.П. Экономическое регулирование и конкурентоспособность перевозок / Н.П. Терешина. – М.: ЦНТБ МПС РФ, 1994. – 132 с.

25. Казьмина О.А. Формирование системы портовых сборов в конкурентной среде: дис. ...

канд. экон. наук / О.А. Казьмина. – СПб.: СПбГУВК, 2006. – 156 с. – 15 ил. – Машинопись.

26. Никулина С.В. Морские порты как субъекты международной конкуренции: дис. ... канд. экон. наук / С.В. Никулина. – СПб.: СПбГУ, 2011. – 204 с. – 15 ил. – Машинопись.

LINGUISTICS

РЕЛИГИОЗНЫЙ ДИСКУРС В СМИ КАЗАХСТАНА: СПЕЦИФИКА И ЖАНРЫ

Иссина Г.И.

*Профессор кафедры иностранной филологии, доктор филологических наук
Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова
Казахстан*

RELIGIOUS DISCOURSE IN THE MEDIA OF KAZAKHSTAN: SPECIFICITY AND GENRES

Gaukhar I. Issina

*Professor of the Chair of Foreign Philology, Dr. of Philology
Karaganda State University named after E.A.Buketov
Kazakhstan*

Аннотация. Язык является основным показателем культуры народа, культуры и психологии людей; их этнические особенности формируются за счет религии, которой придерживаются люди. Важность анализа религиозных концепций велика, поскольку язык и религия есть основа духовной культуры человека.

Abstract. Language is the main indicator of the culture of the people, culture and psychology of people; their ethnic characteristics are formed at the expense of religion, which people adhere to. The importance of analyzing religious concepts is great, because language and religion are the basis of a person's spiritual culture.

Ключевые слова: религиозный дискурс, религия, СМИ, жанр, язык.

Keywords: religious discourse, religion, mass media, genre, language.

В современном мире процессы глобализации, развитие коммуникационных технологий, сети Интернет оказывают существенное влияние на жизнь общества в целом, его восприятие, способы трансляции различных форм информации, что, в свою очередь, сказывается на такой подвижной синергичной системе, как дискурс [1]. Дискурс является междисциплинарной категорией, используемой во многих гуманитарных науках, связанных с языком, и имеющей различные интерпретации в зависимости от научного подхода и общей концепции учебного.

В настоящее время остаются наиболее актуальными и малоизученными вопросы, связанные с религиозным дискурсом и языка религиозного общения. Возникновение религиозного дискурса берет свое начало с ценностных представлений и идеалов, развивающихся в личности человека. Под ценностным идеалом в религиозном дискурсе понимается божественная сущность, умиротворение, единство духа и тела. «Можно сказать, что люди рождаются дважды: сначала физически — в акте рождения, а затем духовно — в процессе обучения, образования, воспитания, формирования духовных качеств личности, усвоения всех ценностей, созданных человечеством» [2].

В Казахстане создана модель межэтнического и межрелигиозного согласия. В Казахстане проживает более 130 этносов, являющихся представителями разных религиозных конфессий. Международные организации и зарубежные партнеры, в том числе ООН, ЮНЕСКО и ОБСЕ, изучают опыт нашей страны по взаимодействию различных конфессий. Казахстан на международном уровне вос-

принимается как площадка для диалога и сближения культур и религий, территория мира. В центре сложной модели межрелигиозной конфигурации «находятся наиболее крупные религии Казахстана — ислам и православие, которые в своем взаимодействии и обеспечивают, по существу, межрелигиозную стабильность в стране» [3].

Любая речь человека меняется в зависимости от его духовного роста. Поскольку язык является основным показателем культуры народа, культуры и психологии людей, их этнические особенности формируются за счет религии, которой придерживаются люди. Важность анализа религиозных концепций велика, поскольку язык и религия есть основа духовной культуры человека.

Роль СМИ в распространении религиозной информации весьма значительна. В современном мире СМИ является одним из главнейших источников информации, который стал частью каждодневной жизни человека. СМИ несет собой информативную задачу, и эта задача достигается различным путем (телевизионные каналы, радио передачи, газеты, интернет пользование). Выполняя информативную функцию, СМИ затрагивает все сферы общественной жизни людей, к примеру, такие сферы жизни, как образование, политика, религия, медицина, быт и т.д. Влияние религии на сознание и действия людей велико. В связи с этим, существует неразрывная связь между СМИ и религией. СМИ отражает нынешнее состояние страны и ее граждан. И следует отметить тот факт, что в современном обществе происходит ряд недопониманий по религиозным мотивам.

На сегодняшний день существуют такие жанры религиозного дискурса, освещаемые СМИ

Казахстана, как молитва (ғибадат, дұға оқу), проповедь (уағыз), духовное послание (рухани жолдау), миссионерский текст (миссионерлік мәтін). Среди этих жанров наиболее привлекательными для СМИ Казахстана являются молитвы и проповеди. Данная прерогатива связана с модернизацией всех сфер жизни граждан Республики Казахстан. К примеру, можно привести официальные религиозные сайты, пользующиеся популярностью среди населения Казахстана: «Dinislam.Kz», «IslamIndication», «Azan.kz», «Ислам.qz», «Muftyat.kz» и т.д. Помимо вышеупомянутых сайтов следует отметить еще один сайт - «E-islam.kz», или же ныне переименованный в «kazislam.kz». Это официальный сайт Агентства по делам религий Республики Казахстан. На сайте основное внимание уделяется содействию мерам, направленным на предотвращение религиозного экстремизма и терроризма. В связи с этим была создана специальная рубрика «Опасности религиозного радикализма» и «Экспертная цена». В них публикуются работы и мнения квалифицированных религиозных ученых, имамов, историков и философов. А из «Электронной библиотеки» читатели могут познакомиться с коллекцией различных научных трудов и методических учебников религиозной тематики. Кроме того, 24 часа в сутки «kazislam.kz» предоставляет программу «Безопасная линия-114» для религиозных консультаций и жалоб. В центре работают профессиональные психологи, юристы и религиозные ученые. Консультация проводится круглосуточно, бесплатно и конфиденциально. Кроме того, читатели могут получать информацию о религиозных проблемах и задавать любые вопросы.

Целью данных религиозных сайтов является просвещение народа в религию. С помощью современных компьютерных технологий вышестоящие инстанции в религиозном мире ислама поддерживают связь с населением, предоставляют подробную информацию об исламе, распространяют религиозную информацию, повышают религиозную грамотность.

Наряду с религиозными сайтами и телеканалами, популярность приобретают религиозные радиозфиры, в которых публично дискутируются вопросы, имеющие отношение к религии. Благодаря радиовещаниям осуществляется прямой контакт между слушателем и представителем духовенства.

Немаловажную роль играют газеты и журналы в распространении религиозной информации и, следовательно, религиозного дискурса. В Республике Казахстан существуют несколько религиозных газет и журналов: «Нұр», «Ислам әлемі», «Ислам және өркениет», «Рахмет самалы», «Мұсылман», «Шапағат-Нұр», «Иман». Среди перечисленных газет и журналов лидирующую позицию занимает религиозная газета «Нұр».

Основное внимание в газете «Нұр» уделяется удовлетворению духовных потребностей общества путем объединения истории прошлого, настоящего и будущего казахской нации. Республиканское религиозно-познавательное издание опубликовано с

декабря 1996 года. Цель публикации - популяризация всех ценностей ислама в Республике Казахстан, продвижение моральных и патриотических качеств народа. Особенность газеты состоит в том, что вниманию читателей предоставляются духовные и учебные материалы.

К базовым концептам религиозного дискурса относятся наиболее часто встречаемые в СМИ Казахстана концепты «Сауап», «Күнә», «Имандылық», «Бата», «Аруак».

Религиозный дискурс «Сауап» является одним из часто используемых, который означает: 1) получение Божьей благодати за совершенные добрые дела; 2) оказание помощи, милосердия и доброжелательности по отношению друг с другом; 3) выражение благодарности другому человеку; 4) возможность для человека попасть в «рай» в качестве формы вознаграждения за благие дела; 5) поступки, одобренные как Творцом так и людьми. Существуют множество фразеологических единиц, связанных с этим словом: «Сауап болды», «Сауабын алды» - «Он был вознагражден (за добрые дела)»; «Сауап тіледі» - «Он пожелал хорошего здоровья»; «Сауап жасады» - «Он сделал доброе дело».

Следующим религиозным дискурсом, который используют Имамы (духовные представители ислама) для предостережения и предотвращения совершения грехов, является «Күнә» («грех»): 1) нарушение религиозных предписаний словом, делом, мыслями, намерениями; 2) запрещенное деяние в «Шариате» - «Свод мусульманских религиозных, юридических, бытовых правил, основанных на Коране» т.е. «Харам»; 3) признание вины; 4) действие, ведущее человека в «ад» как форма наказания; 5) действия, осуждаемые Богом и людьми; 6) совершение ошибки. Данный концепт неоднократно используется с такими словосочетаниями как: «Жасаған күнәсіне өкіну» - покаяться в грехе; «Күнәға бату» - погрязть в грехах; «Күнәға белшесінен бату» - совершать грех, грешить; «Күнәсын кешу» - прощать грех, оправдывать; «Керек күнәні мойнына алу» - взять на себя вину; «Күнәдан пәк» - безгрешный.

Одним из важных понятий в религиозном мире является дискурс «Имандылық»: 1) человечность, нравственность, мораль; 2) Вера, духовное ядро человека; 3) религиозность; 4) честь, совесть, лояльность; 5) сильное убеждение. Нередко встречающиеся фразы в речи повседневной жизни человека и СМИ: «Алладан иман сұрау» - просить помощи у Всевышнего; «Аллаха иман келтіру» - обратиться к Всевышнему, верить в Бога; «Иманы жолдас болсын» - пусть земля будет пухом; «Иманын берсын» - «пусть Аллах помилует!»; «Ол иманына берік» - «Он верен своему убеждению»; «Ақырет күніне иман келтіру» - обратиться к Аллаху в Судный день; «Иманы ұшу», «Иманы қасым болу», «Иманы тас төбесіне шығу» - «Душа ушла в пятки», сильно испугаться; «иман тілеу» - ждать лучшего, ждать милостей.

В Казахском обществе исторически заведено почитание старшего поколения и получение благословения, т.е. «Бата» при любых начинаний. У

данного дискурса есть несколько значений: 1) благословление, благопожелание; 2) напутствие в стихотворной форме; 3) материальная помощь семье умершего. Данный дискурс очень часто используется в следующих фразах: «Ақ бата» - благословление при помолвке; «Ақ батасын беру» - искренне благословить брак; «Бата беру» - дать благословление в стихотворной форме; «Бата бұзу» - нарушить обет или клятву; «Дастарханға бата беру» - произвести доброе пожелание после угощения; «Бата кылу» - оказать материальную помощь семье умершего; «Геріс бата беру» - проклинать.

Религиозный концепт «Аруак» нередко используется в СМИ, когда речь заходит об умерших или загробной жизни и в переводе имеет несколько эквивалентов: 1) духи святых; 2) духи свято чтимых предков; 3) призрак. Данный концепт зачастую можно встретить в сочетании с такими фразами, как: «Аруақ саған жар болсын», «Ата-бабаның аруағы қолдасын!» - «Пусть поддержат тебя духи предков!», «Пусть тебе сопутствует удача!»; «Аруаққа тие берсін!» - «Да будет наша молитва принята духами предков!»; «Аруағынан садаға кет» - «Глаза бы мои тебя не видели! (Ты не достоин духов предков!)».

Таким образом, разновидности СМИ имеют информативный и коммуникативный характеры, и,

следовательно, в нем отражаются те религиозные дискурсы, которые преобладают в обществе. Религиозные сайты, телеканалы, газеты, журналы в Республике Казахстан направлены на улучшение религиозной ситуации и религиозной грамотности населения страны. Число растущих религиозных телепередач и газет свидетельствуют о том, что люди все больше интересуются религией и что уровень журналистов, пишущих о религии также прогрессивно увеличивается. В настоящее время в РК планируются и координируются работы интернет-ресурсов. Кроме того, в нескольких порталах выпущена модель мобильного сайта и разрабатывается новое программное обеспечение.

Список литературы

1. Исина Г.И. Дискурс как объект когнитивного моделирования. Вопросы общего языкознания и теории текста: сб. науч. ст. / Чуваш. гос. пед. ун-т; – Чебоксары: Чуваш. гос. пед. ун-т, 2018. – 285 с.
2. Анисимов С. Ф. Духовные ценности: производство и потребление. – Москва: Мысль, 1988. С. 36.
3. Interrelations of the Religions in the Republic of Kazakhstan. Academic Report. UNESCO. - Almaty, 2006. - 13 с.

УДК 811.111

ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКИЙ КОНЦЕПТ «DEATH» КАК ЭЛЕМЕНТ ИДИОСТИЛЯ А.ТЕННИСОНА

Кучер Ирина Николаевна

*ФГБОУ ВО «Смоленский государственный медицинский университет»
Доцент кафедры иностранных языков СмолГУ, доцент, канд. филол. наук*

INDIVIDUAL-AUTHOR CONCEPT "DEATH" AS THE ELEMENT OF IDENTITY A. TENNISON

Kucher Irina Nikolaevna

FGBOU VO "Smolensk State Medical University" Associate Professor of the Department of Foreign Languages of Small State University, associate professor, Ph.D. philol. science

The article deals with the mechanisms of metaphorization of the individual-author's concept of "death" in the context of structural and cognitive linguistics. In this regard, a quantitative assessment of the conceptual combination of the elements of the author's existential metaphor and a description of the features of the linguistic representation of the concepts that form it on the material of Alfred Tennyson's elegiac poetry are given. The author establishes universal tendencies and individual features of actualization of the concept in the poetic text.

В статье рассматриваются механизмы метафоризации индивидуально-авторского концепта «death» в контексте структурной и когнитивной лингвистики. В этой связи дается количественная оценка концептуальной сочетаемости элементов экзистенциальной метафоры автора и описание особенностей лингвистической репрезентации образующих ее концептов на материале элегической поэзии Альфреда Теннисона. Автор устанавливает универсальные тенденции и индивидуальные особенности актуализации концепта в поэтическом тексте.

Key words: artistic concept; individual style; metaphorical identification; abstractness; lingvocognitive analysis.

Ключевые слова: художественный концепт; индивидуальный стиль; метафорическое отождествление; абстрактность; лингвокогнитивный анализ.

Интенсивное развитие когнитивной лингвистики обусловило особый интерес к изучению концептуальной структуры художественного текста. С

точки зрения лингвокогнитивного подхода, концепт понимается как информационная структура, выраженная в языке произведения. При этом худо-

жественный концепт рассматривается как актуализированная в соответствии с авторским замыслом единица концептосферы текста и трактуется как сложное ментальное образование, «уникальный художественный опыт, зафиксированный в культурной памяти и способный выступать в качестве фермента и строительного материала при формировании новых художественных смыслов» [11, 41 – 42].

Функциональная особенность художественного концепта состоит в том, что он содержит в себе универсальный опыт литературной личности, её мировоззрение, систему ценностей и способствует формированию новых художественных смыслов. В тексте художественный концепт выполняет заместительную функцию и обладает следующими свойствами: неподчинённость законам логики, отсутствие жёсткой связи с реальной действительностью, динамическая направленность к потенциальному образу, образность, эстетизм, индивидуальность. Рассматривая онтологическую сущность концептуальной структуры художественного текста, Н.С. Болотова отмечает, что «концептуальную структуру художественного текста можно представить как осуществляемый в сознании читателя процесс формирования и взаимодействия художественных концептов разных типов, стимулированный ассоциативно-смысловым развёртыванием текста на основе лексической структуры» [4, с. 309].

В поэтическом тексте происходит эмоционально-образная трансформация общенародного языка, приводящая к формированию текстуальной семантической нормы, т.е. к реализации системного значения языковых единиц, ориентированной на контекстуальные значения других компонентов поэтического текста.

В нашем исследовании используется методика анализа метафоры, разработанная в когнитивной лингвистике [8; 10; 12] и апробированная на материале стихотворных текстов [1; 2, 6, 7, 13]. Данная методика позволяет дать количественную оценку концептуальной сочетаемости компонентов метафорической модели автора и описать особенности лингвистической репрезентации образующих ее концептов.

Настоящее исследование ставит целью выявить индивидуально-авторские характеристики концепта «death» на материале элегической поэмы *In Memoriam A.H.H.* английского поэта Альфреда Теннисона (1809 – 1892) [14]. В рамках общего подхода к описанию речевых и языковых единиц художественного поэтического текста нами привлекались следующие признаки вербализации концепта-источника «death» в структуре метафоры:

- представленность концепта в обеих частях двухкомпонентной метафорической модели (концепт – цель и концепт – источник),
- номинативное поле концепта с указанием части речи репрезентанта,
- выявление наиболее частотных репрезентантов,
- определение наиболее частотных метафорических моделей,

– выявление взаимосвязей между концептами на различных уровнях анализа (морфологическом, семантическом и когнитивном) [12, с.45].

Поэма *In Memoriam A.H.H.* рассматривается как главное произведение в зрелом творчестве Теннисона, так как в нем отражены основные философские и психологические наблюдения поэта, его глубокие переживания в связи со смертью горячо любимого друга Артура Хэлама. В ней наиболее полно отражена образная картина мира, явившаяся итогом семнадцатилетнего периода работы над элегиями. Важно подчеркнуть, что поэма была признана как гениальное произведение широким кругом читателей, что, в частности, выразилось в присуждении Теннисону почетного звания поэта-лауреата. Этот факт представляет особую важность для выделения поэмы из ряда произведений автора в плане исследования индивидуальной концептосферы [6, с.31].

Стоит отметить, что Теннисон не ставил целью создание единого произведения в процессе написания элегий. В большинстве своем, стихотворения были написаны до 1842 года. Идея объединения разрозненных стихотворений возникла у поэта в середине 40-х годов, но их было уже так много, что придать хронологическую последовательность и логическую согласованность не представлялось возможным.

Однако мы считаем цикл стихотворений цельным произведением, представленным в жанре элегической поэмы и объединены «элегическим модулем» [Тюпа 1987]. В основе цикла элегий А. Теннисона лежит принцип «импульсных» поэтических описаний переживаний автора, характеризующих непростое, подчас противоречивое отношение к смерти. При этом яркой чертой идиостиля А. Теннисона является удивительная по глубине и богатству образность концепта «death». В связи с этим, другим важным интегральным признаком является, на наш взгляд, образный концепт «death», репрезентирующий номинативное поле Экзистенциальная сфера. Целостность всего текста поэмы, таким образом, определяется динамикой когнитивной метафоры *Экзистенциальная сфера* → *У* и ее взаимодействием с другими концептами-источниками метафорических моделей.

Стихотворный текст может быть проанализирован на различных уровнях (начиная от фонетики и метра и кончая образным строем). На каждом уровне действуют свои автономные законы, а некоторые более общие законы действуют на всех уровнях и связывают их органически воедино [5, с. 14 – 15].

Материалом для исследования выступают 133 стихотворных текста с общим количеством строк 2892. Количество метафорических моделей с концептом «death» в функции источника – 7, реализовавшихся в 45 элементарных образах, выявленных в результате сплошной выборки из стихотворных текстов.

В нашем исследовании для описания слов, репрезентирующих концепты-источники в метафори-

ческих моделях, привлекаются наиболее обобщенные лексико-семантические признаки. В результате выделяются следующие группы существительных: нарицательные, собственные, персонифицированные, одушевленные, неодушевленные, исчисляемые, неисчисляемые, конкретные, абстрактные, имена действий, собирательные и вещественные.

Рассмотрим подробнее способы лексической вербализации исследуемого концепта в стихотворных текстах Теннисона. Концепт «death» реализуется в поэме субстантивными (death, O Death, the dead, death's), глагольными (died, will die, have died) и адъективными (dead, death-like) словоформами лексемы *death* немногим более 80 раз и относится к числу наиболее частотных наряду с лексемами *love*, *life* и *soul*. Кроме частотного признака обращают на себя внимание случаи нетипичного, с точки зрения грамматической нормы английских существительных, употребления абстрактного имени *death*. Так, в текстах Теннисона маркированное поэтом понятие приобретает характеристики персонификации и плюральности.

Thine are these orbs of light and shade; / *Thou* madest Life in man and brute; / *Thou* madest *Death*; and lo, *thy* foot / Is on the skull which *thou* hast made (Prelude).

There must be wisdom with great *Death*; / *The dead* shall look me thro' and thro' (51).

Использование существительного *death* в качестве образа сопоставления связано с процессом онимизации и вызвано намерением индивидуализировать и подчеркнуть их необыкновенную значимость концепта в идиостиле А.Теннисона. Заглавные буквы, обращения, форма множественного числа, заменяемость личными и притяжательными местоимениями способствуют, с одной стороны, предметному восприятию абстракций, а, с другой – усилению экспрессивной оценки обозначаемого концепта «death» в индивидуальной картине мира поэта.

Исследование выявило наиболее распространенные концепты-источники, служащие для поэта средством метафорического переноса абстрактного концепта «death». В поэтических текстах Теннисона на основе лингво-когнитивного анализа выявлено 10 концептов-источников, взаимодействующих с концептом цели «death» в результате метафорического отождествления. По объему номинативного поля они выстраиваются в следующую иерархию (от большего к меньшему): Существо (24,4 %), Психическая сфера (20,2 %), Пространство (16,0 %) (земное, воздушное, строения), Экзистенция (12,7 %), Информация (9,6 %), Вода (5,4 % %), Свет (5,4 %), Орган (2,1 %), Растения (2,1 %), Стихия (2,1 %).

С помощью данных концептов-источников формируется универсальное ядро концепта «death» в английском языке, которое в свою очередь, выступает в качестве репрезентанта языковой личности поэта Теннисона, демонстрируя универсальность представлений о смерти в «викторианской» Англии.

Экзистенциальная сфера → *Существо*

Death → **Twin-brother**: Sleep, *Death's twin-brother*, times my breath, / Sleep, *Death's twin-brother*, knows not *Death* (68).

Экзистенциальная сфера → *Психическая сфера*

Death → **Wisdom**: There must be *wisdom* with great *Death*; / *The dead* shall look me thro' and thro' (51).

Экзистенциальная сфера → *Пространство*

Death → **Atmosphere**: Cold in that *atmosphere* of *death* (20).

Экзистенциальная сфера → *Экзистенция*

Death → **Birth**: Had man to learn himself anew / Beyond the second *birth* of *death* (45).

Экзистенциальная сфера → *Информация*

Death → **Hint**: And I perceived no touch of change, / No *hint* of *death* in all his frame (14).

Экзистенциальная сфера → *Вода*

Death → **Lethan springs**: If *Death* so taste *Lethan springs* (44).

Психическая сфера → *Свет*

Death → **Twilight**: *Death* <...> the low dark verge of life / *The twilight* of eternal day (50).

Экзистенциальная сфера → *Орган*

Death → **Eyes**: On *Lethe* in the *eyes* of *Death* (98).

Экзистенциальная сфера → *Растение*

Death → **Cypress**: But that remorseless iron hour <of *Death*> / Made *cypress* of her orange flower / *Despair* of hope, and earth of thee (84).

Следует отметить, что в практике исследования выразительных средств поэтического языка некоторых английских и американских авторов отмечалось использование ими подобных метафорических моделей и реализующих их в текстах конкретных когнитивных образов [2, 3, 7, 13]. Результатом работы исследователей стало получение эксплицитных данных о ядре и периферии изучаемой концептосферы поэта, о характере структурно-семантических и когнитивных корреляций между концептами цели и концептами-источниками метафорических моделей.

Таким образом, ядро концептосферы, являющейся средством метафоризации исходного концепта «death», составляют две компонента метафорической модели: Существо и Психическая сфера. Они участвуют в образовании 45% образов (13 именных образов из 37). Данное наблюдение позволяет нам сделать вывод о том, что на тематическом уровне наблюдается противопоставление двух тенденций: конкретизации и обобщения. Основной является тенденция конкретизации, которая реализуется путем отождествления абстрактного концепта «death» с объектами и явлениями предметного, наглядно-чувственного мира (Существо, Орган, Растение и Пространство):

Death → **Brethern**: Throughout my frame, till Doubt and *Death*, / Ill *brethren*, let the fancy fly (86);

Death → **Vaults**: O Sorrow, cruel fellowship, / O Priestess in the *vaults* of *Death* (3);

Death → **Wells**: To scale the heaven's highest height, / Or dive below the *wells* of *death* (108);

Death → **Depths**: And on the

depths of death there swims / The reflex of a human face (108).

Данный вывод соответствует ценному опыту, накопленному в исследованиях абстрактных концептов и метафорических моделей [11, 15]. «Функция вербализации непредметного мира присуща метафоре и является важным результатом действия метафоры как языкового средства ... и по отношению к отвлеченному обозначаемому метафорическая номинация является основным способом выделения его в отдельный класс и представления в материальной (языковой) форме [9, с.15].

Противостоящая ей тенденция является менее выраженной и заключается в отождествлении отвлеченного имени «death» с абстрактными сущностями (Психическая сфера, Экзистенция, Информация, Свет, Стихия). В русле данного направления можно выделить три сферы, в рамках которых происходит метафорическое сближение концепта «death»: зрительная, слуховая и ментальная, отражающие различные способы познания и восприятия феномена смерти. С точки зрения коннотативного аспекта концепта «death», вербализация метафорических моделей Экзистенциальная сфера → Психическая сфера, Экзистенциальная сфера → Свет связана преимущественно с негативным отношением автора к феномену смерти.

Hour of Death → **Despair**: But remorseless iron hour / Made cypress of her orange flower, / *Despair* of hope, and earth of thee (84); **Death** → **Fear**: She cannot flight the *fear of death* (114); **Death** → **Blows**: The *blows of Death* (95); **Death** → **Darkness**: Nor speak it, knowing *Death* has made / His *darkness* beautiful with thee (76).

Широкое номинативное поле концепта Экзистенция в элегиях Теннисона раскрывает всю сложность миропорядка, уникальность бытия человека, его способ существования без любимого друга и проецирование себя в будущее, что позволяет разделить репрезентанты экзистенциального концепта на две группы: 1) темпоральная сфера (*time, years, hour, night, past, present*) и 2) бытийная сфера (*life, birth, result, deeds*). Привлечение разнофакторных характеристик для исследования концепта «death» на материале стихотворных текстов А.Теннисона позволило нам определить общие закономерности моделирования образного концепта, установить универсальные взаимосвязи между элементами метафорической модели на различных уровнях анализа.

Литература

1. Андреев В.С. Квантитативное описание индивидуально-авторской метафорической системы Г. Лонгфелло // Известия Смоленского государственного университета. 2015. № 3(31). С. 201–210.

2. Андреев В. С. Эволюция индивидуального стиля Г. У. Лонгфелло и Э. А. По: образная система и репрезентация пространства: монография / В. С. Андреев; Министерство образования и науки РФ; Смоленский государственный университет. Смоленск: Изд-во СмолГУ, 2011. 124 с.

3. Андреев С.Н. Репрезентация художественного пространства в романе А.С. Пушкина «Евгений Онегин»: статика – динамика // Когнитивные исследования языка. 2016. Т. 24.С. 79–85.

4. Болотова Н.С. Методика анализа концептуальной структуры художественного текста // Слово – сознание – культура: Сб. научных трудов / Сост. Л.Г. Золотых. М.: Флинта. Наука, 2006. 378 с.

5. Гаспаров М.Л. Метр и смысл. Об одном механизме культурной памяти. – М.: Российский гос. гуманитар. ун–т, 2000. – 289 с.

6. Кучер И.Н. Структурно-семантические признаки именных образных моделей в английском языке (на материале образной системы А. Теннисона: дис. ... канд. филол. наук. Смоленск, 2006. 157 с.

7. Кучер И.Н. Семантические характеристики метафоризации (на материале именных образов идилий А. Теннисона) // Известия Смоленского государственного университета. 2016. № 3(35). С. 129–236.

8. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. / под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. М.: Эдиториал УРСС, 2004. 256 с.

9. Опарина Е.О. Концептуальная метафора и ее функции в языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб, 2001. 23 с.

10. Павлович Н.В. Язык образов: парадигмы образов в русском поэтическом языке. М.: РАН ИРЯ, 1995. 492 с.

11. Попова В.В. Доминанты концептосферы в ранней лирике Роберта Саути // Известия Смоленского государственного университета. 2017. № 1(37). С. 44–51.

12. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. М. АСТ: Восток-Запад, 2010. 315 с.

13. Тишина А.Е. Особенности поликомпонентных метафорических конструкций в индивидуальном стиле А.Ч. Суинберна // Известия Смоленского государственного университета. 2016. № 3(35). С. 136–144.

14. In Memoriam А.Н.Н. (1850) // Tennyson's Poetry: authoritative texts, contexts, criticism / selected and edited by Robert W. Hill, Jr. 2nd ed. New York, London: W.W. Norton & Company, 1999. P. 203–291.

15. Chandler, D. Metaphor and Metonymy. URL: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/sem07.html> (дата обращения: 09.02.2011).

LITERARY CRITICISM

КОМИКСЫ КАК ЯВЛЕНИЕ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Булло И.Д., сенченя М.А.

(Минск, БГУ)

Научный руководитель

Давыдова С.А.,

ст. преподаватель

COMICS AS A PHENOMENON OF MASS CULTURE

Bullo I.D., Senchenya M.A.

(Minsk, BSU)

scientific adviser

Davydova S.A.,

Аннотация

Статья посвящена комиксу как жанру и его языковым особенностям. Были проанализированы история создания комикса в США и Беларуси, их структура и сложности перевода. Были выявлены особенности языкового наполнения и форматирования текста в общем, а также функции языковых средств.

Abstract

The article is devoted to comics as a genre and its linguistic features. The history of the creation of the comics in the USA and Belarus, their structure and the complexity of the translation were analyzed.

Ключевые слова: комикс, жанр, языковые особенности, функции

Key words: comics, genre, linguistic features, functions

Комикс как художественный текст является неотъемлемой частью современного мира. С течением времени он все прочнее и прочнее входит в список наиболее читаемой литературы по всему миру. Являясь одним из самых популярных жанров массовой культуры, он влияет на массовое сознание. Впервые комиксы как литературный жанр появились на Западе, а сегодня комиксы все больше и больше завоевывают популярность, постепенно приобретая широкую аудиторию и становятся востребованными во многих странах, в том числе и на бывшем постсоветском пространстве.

Слово «комикс» образовалось в результате слияния двух английских слов **comic** (комический, смешной) и **strip** (полоса, картинка). В собственном смысле слова comics появился только лишь в 90-х годах XX века.

С. И. Ожегов в словарной статье дает следующее определение комикса: «Комикс – это небольшая, наполненная иллюстрациями книжка легкого, обычно приключенческого содержания, а также серия рисунков с соответствующими подписями» [1]. Среди письменных жанров комикс занимает особое место. По ряду признаков он приближается к устной форме коммуникации. История комиксов началась более ста лет назад. Родиной этого жанра является США. Первым автором комикса считается Ричард Фелтон Аутколт. Он был создателем черно-белой однолинейной карикатуры «Вниз по аллее Хоган», напечатанной в 1895 году в американской газете «New York World». Главным героем этого шаржа был застенчивый лысый парень в рубашке. Чуть позже издательство начало экспериментировать с новыми цветами печати. Таким образом у

главного героя карикатуры появилась желтая рубашка с написанным на ней текстом. Читатели прозвали лысого персонажа «Желтым парнем» (Yellow Kid). «Вниз по аллее Хоган» считается первым комиксом, но он не имел большого успеха. Дальнейшее развитие жанр комических книг получил в 1897 году, когда 12 декабря в Американском Журнале были опубликованы «Каценджемеровские детки» Рудольфа Дирка. В этом выпуске впервые появился так называемый речевой пузырь, посредством которого общались герои. «Каценджемеровские детки» дали начало современному облику комиксов – филактер, определяющий говорящего, несколько полос повествования, четыре цвета печати (черный, красный, желтый и голубой). В 1933 году компания Eastern Colour Printing пыталась придумать, как лучше использовать печатное оборудование во время простоя. Было принято решение печатать отдельное восьмистраничное приложение, содержащее только графические истории. Именно так комиксы приобрели свой современный вид.

В Беларуси бум комиксов начался в 1991 году. Тематика белорусских комиксов, как правило, была не очень обширна – это либо освоение космоса, либо появление различных монстров на Земле. В настоящее время в Беларуси выходят как полноцветные издания, так и черно-белые. Среди первых вышла книжка "Грозовые облака", выпущенная малым предприятием "Ика" из Молодечно в издательстве "Юнацтва" тиражом в 30 тысяч экземпляров. Также в августе 1991-го Анимационный белорусский центр и Межиздательский фотоцентр Государственного комитета Белорусской ССР по печати выпустили комикс "Дзуррай!" тиражом в 100 тысяч

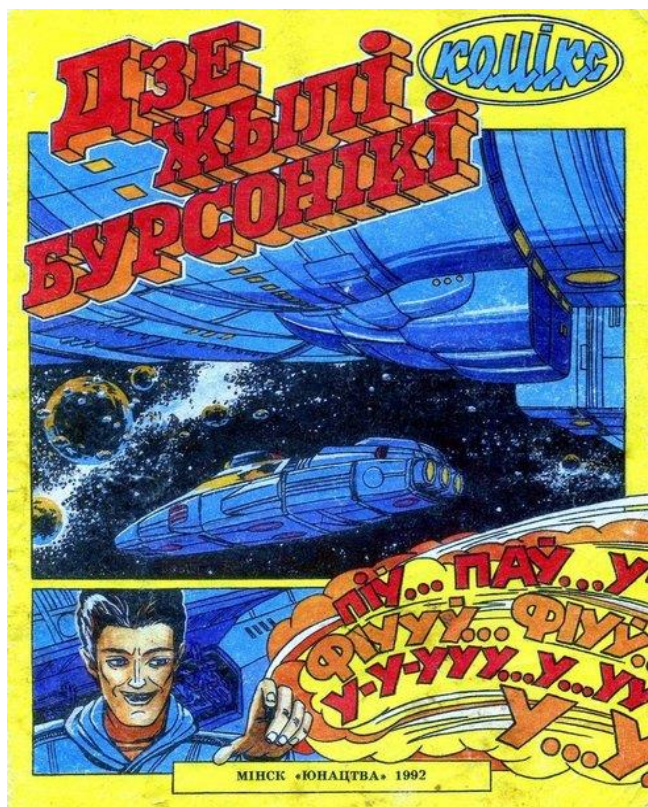
экземпляров. В том же году выходит комикс "Планета Гэя" от издательства "Эридан", которое также выпускало фантастику и детективы. Тираж – 200

тысяч, авторы – Владимир Цветков и Александр Коршакевич. В книгах комиксов начинает появляться реклама.



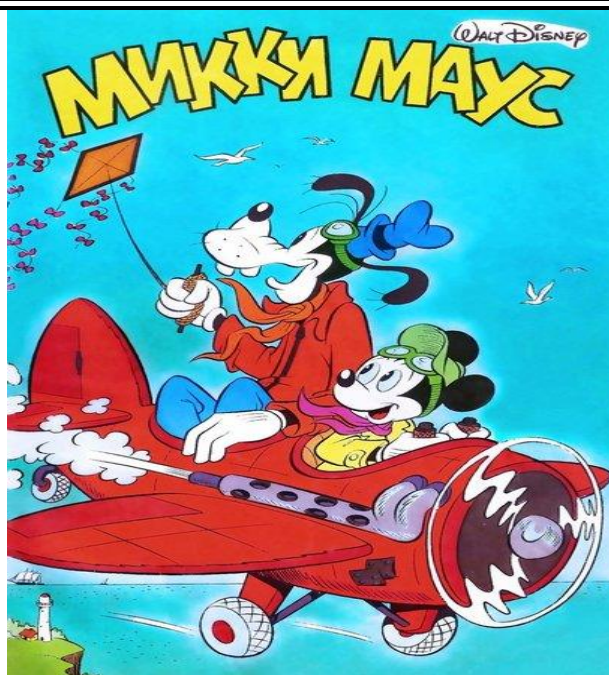
В 1992-м выходит, пожалуй, первый белорусскоязычный сборник комиксов: "Дзе жылі Бурсонікі"; в книге, помимо одноименного рассказа в

картинках, был еще один – "Планета Мілітар". Авторы – все те же В. Цветков и А. Коршакевич, а также Константин Гордеев.



В середине и конце девяностых, комиксы уже не являются чем-то сверхредким, ими завалены прилавки киосков, но, в основном, это переводы зарубежных комиксов (появились даже комиксы про

Дональда Дака и Микки Мауса на белорусском языке) и некоторые российские книги и журналы.



Также начинает набирать популярность такая разновидность комиксов, как рисованная Библия, а еще (но с меньшим успехом) – произведения мировой классики в картинках (А.П. Чехов, Г. Честертон и др.). Комиксы с продолжением печатаются в газе-

тах и журналах. Так, серию мини-комиксов в журнале "Бярозка" самолично рисовал Лявон Вольский.

В 2011 году в офисе партии БНФ состоялась презентация комикса "Андрэй Трасянок і загадка плошчы Каліноўскага".

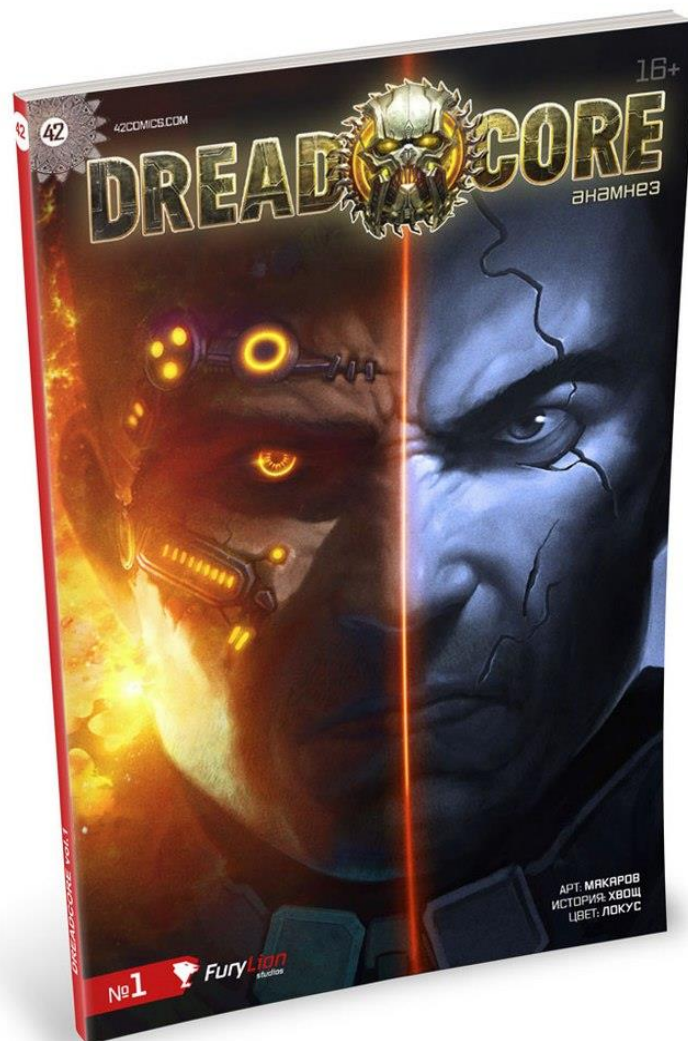


Комикс объемом в 140 страниц издали тиражом всего в 300 экземпляров, а один из создателей Олег Новиков утверждал, что до сих пор в Беларуси не было попыток создать полноформатный комикс с единым сюжетом и единой фабулой.

В 2013-м Союз белорусских писателей издал комикс "Пра Кастуся" – по мотивам пьесы Владимира Короткевича "Кастусь Калиновский: смерть и бессмертие". Распространять книгу тиражом в 1000

экземпляров решили не через киоски, а через библиотеки. Куратор издания Анатолий Иващенко уверял: "Это новый для Беларуси формат, до нас лишь Адам Глобус создал белорусский комикс".

В 2014-м вышел очередной "первый белорусский" комикс: полоцкая студия Fury Lion Studios выпустила рисованную книгу 'Dread Core: Anamnesis'.



Нынешние попытки создать очередной "первый" белорусский комикс выглядят очень бледно на фоне полудюжины изданий начала девяностых: сегодня в Беларуси их тираж едва достигает 100-300 штук, тогда как комиксы печатались объемом в 100-200 тысяч экземпляров.

Комикс имеет свою определенную структуру и содержит в себе два типа компонентов: **вербальные** и **невербальные**. Вербальный компонент комикса включает в себя буквенный текст, который является либо речью персонажей, либо речью автора (включая, комментарии к тексту, заголовки, титры, авторское резюме). Речь или мысли персонажей находятся в «словесном пузыре», так называемом филактере. Невербальный компонент составляет графику комикса (последовательность рисунков, каждый из которых обрамлен рамкой и образует кадр) и параграфу, транслирующую дополнительную информацию, выступающую в роли субститута буквенного текста и участвующую в создании экспрессивности и эмотивности комикса, а также создающую анимацию графической части. Взаимодействие данных компонентов обеспечивает целостность и связанность комикса [2].

Говоря о комиксах, следует также упомянуть о том, что они, как и любая другая литература, выполняют разнообразные функции. Л.А.Горохова выделяет следующие функции:

1. Функция экономии языковых средств;
2. Экспрессивная функция;
3. Звукоизобразительная функция;
4. Симплифицирующая функция;
5. Дескриптивная функция;
6. Характеризирующая функция;
7. Идентифицирующая функция;
8. Функция интенсификации эмоционального воздействия;
9. Эстетическая функция [3].

К функции **экономии языковых средств** относятся использование ономапов, междометий, пиктограмм и т.д., которые позволяют избежать многословия. Создаваемый звуковой образ заменяет состоящее из нескольких слов описание звучания или действия (процесса), связанного этим звучанием.

Мы с Полем обожаем друг друга и не устаём это доказывать. По-своему...



Вот только Цветта не любит, когда мы дерёмся и грозитесь лишить нас холодного шоколада.

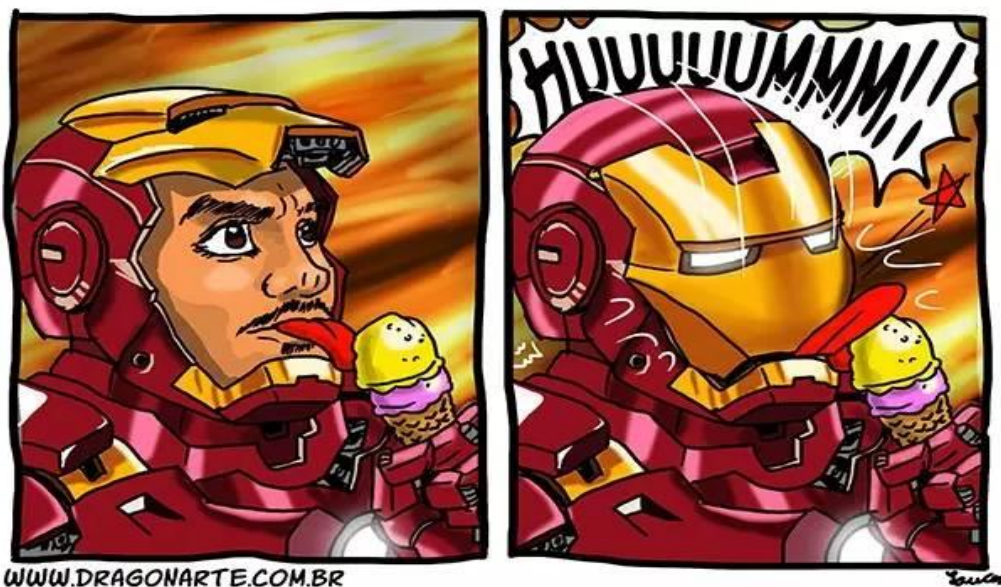


А это очень серьёзно, потому что мы его обожаем!

Если мы говорим об **экспрессивной функции**, то она выражается с помощью звукоподражательных слов, форматирования текста, гибкой орфографии и пунктуации. Кроме того, в этой функции пиктограммы часто выступают как средство субъективного выражения отношения героя комикса к

происходящему, к другому герою. В рамках экспрессивной функции можно выделить 3 субфункции:

- эмоциональную (выражение какой-либо эмоции или чувства);



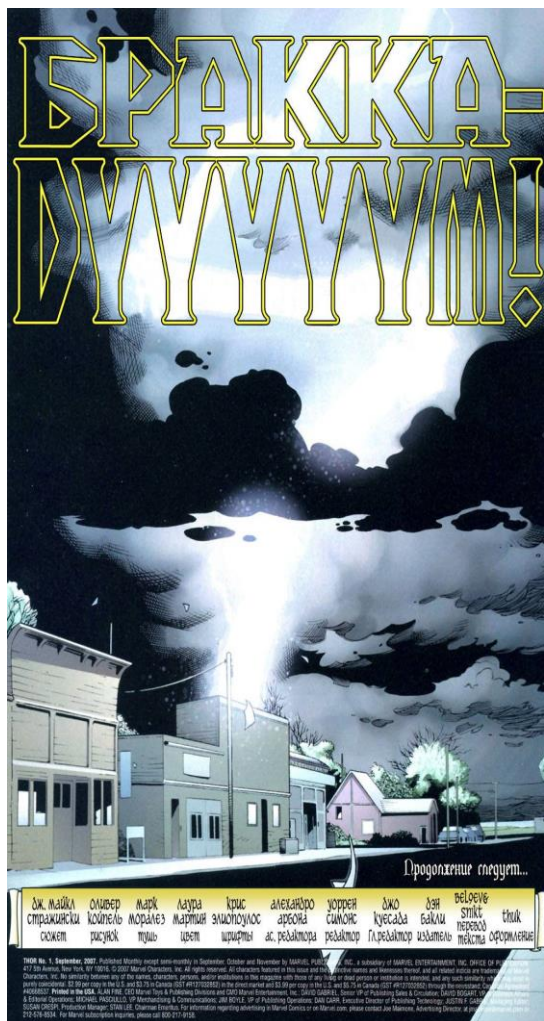
- оценочную (выражение одобрения или неодобрения);



• собственно экспрессивную (усиление того, что называется в этом слове или в других синтаксически связанных с ним словах).

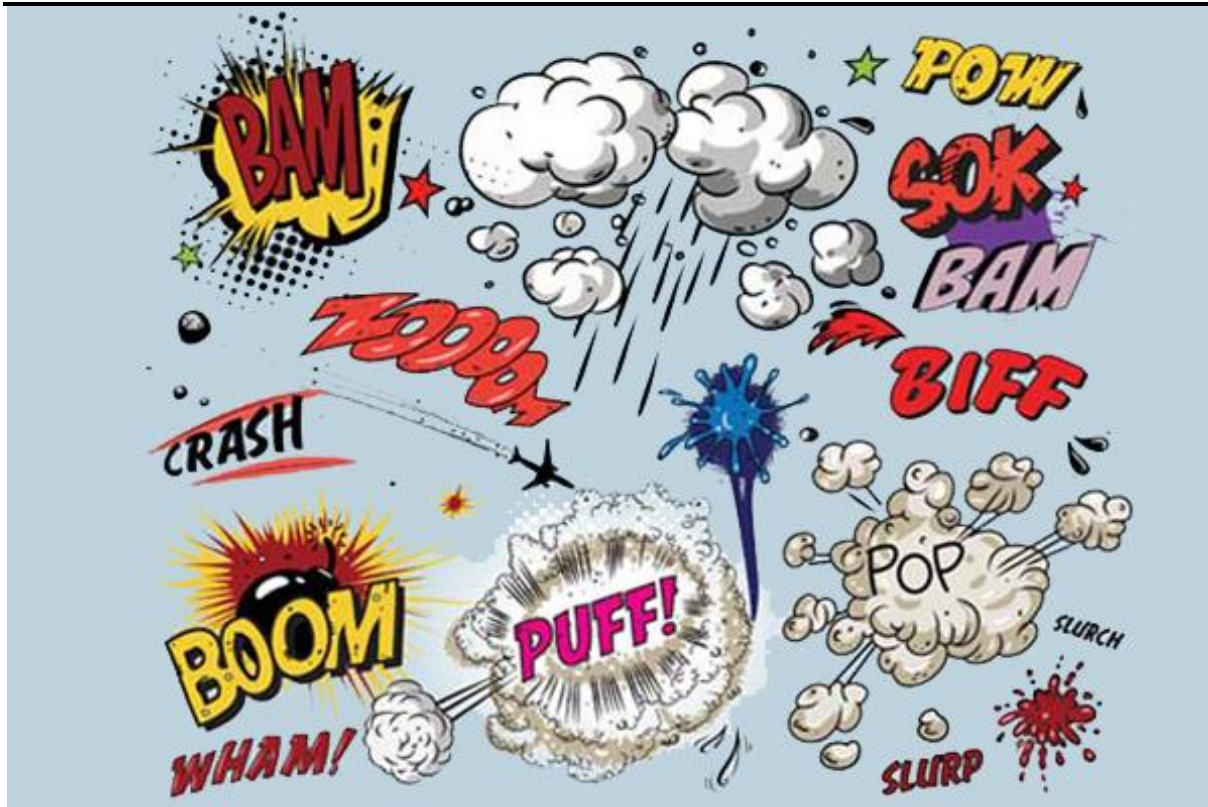
Экспрессивность слова достигается благодаря выразительной звуковой форме. Эмоциональная и оценочная субфункции представлены не всегда. Анализ слов-звукоподражаний, наблюдение над их употреблением в текстах комиксов показывает следующее: те звуки, которые издаются людьми и животными и, соответственно, называющие их слова

отличаются от тех звуков (и слов), которые связаны с предметами неживой природы. Первые являются как бы сигналом мысли, эмоционального и физиологического состояния человека или иного живого существа и поэтому целенаправленны. Слова же, которые связаны со звуками неживой природы, как бы зависят от качеств и природных свойств источника звука (стекло, песок, дерево, металл) от видов источника звука и характера среды, в которой звук возникает.



Наиболее полно отвечающей сущности феномена звукоподражания является **звукоподража-**

тельная функция, поскольку звукоподражательные слова – это одно из главнейших средств изображения звучания в речи.



Если мы говорим о комиксах, предназначенных для детской аудитории, то здесь появляется **симплифицирующая функция**, то есть функция упрощения текста для полноценного восприятия его читателями. На ранних этапах овладения речью ребенок ищет в слове буквальное отражение действительности. Наименование с помощью звукоподражания для ребенка легче и естественней. Взрослые, общаясь с детьми, также используют так называемый «детский» язык, то есть своего рода упрощенный языковой ход; поэтому употребление звукоподражаний является характерной особенностью устного общения между ребенком и взрослым. В письменном тексте ономотопы, выполняющие симплифицирующую функцию, встречаются в комиксах. Характерными чертами таких звукокомплексов являются простота артикуляции, значительная степень сходства с издающим этот звук аппаратом или предметом.

Дескриптивная функция непосредственно связана со звукоизобразительной функцией и частично пересекается с ней. Однако в данном случае звукоподражательные слова служат не просто для изображения звучания, а для описания того или иного объекта или ситуации.

Наиболее часто звукоподражательные слова используются в комиксах для косвенной характеристики личности героя и его эмоционального состояния в той или иной ситуации. В этом случае значение пиктограммы, ономотопа и других языковых средств в тексте включает, помимо звуко-изображения, социальные, профессиональные или личностные характеристики персонажа, что является характерным для **характеризирующей функции**.

В ряде случаев употребление звукоподражательных слов в тексте позволят адресату идентифицировать объект по издаваемому им звучанию, поэтому мы можем говорить об **идентифицирующей функции**. Здесь возможны 3 варианта идентификации:

1) Объект (источник звука) не назван в тексте. В этом случае адресат может попытаться самостоятельно идентифицировать объект, опираясь на собственный экстралингвистический опыт.

2) Источник звучания назван в тексте ранее. В этом случае адресат получает возможность сопоставить наименование объекта с производимым им звучанием, что обеспечивает его более точную идентификацию.

3) Объект (источник звука) назван в тексте ниже.

Отдельные звукоподражательных единицы также могут употребляться в тексте для создания определенной «атмосферы», то есть усиления эмоционального воздействия на реципиента, поэтому здесь появляется **функция интенсификации эмоционального воздействия**. При этом широко используются такие приемы, как ассонанс и аллитерация, подбор созвучных звукоподражаний и т.п. В данном случае материальная форма слов программирует определенные ассоциации.

Звукоподражательные слова являются мощным средством создания художественного образа. Наиболее часто ономотопы используются в метафоре и в сравнениях, реже в метонимии (главным образом в стилистически заниженной лексике). Все это проявляется в **эстетической функции** воздействия на читателя.

Таким образом, функции, выполняемые комиксами, придают им живость и красочность.

Функции изображают не только звуки, свойственные предметам, либо состояние предметов, но и выражают, или называют, чувства, передают их ощущения и эмоции. Как известно, в литературе автор всегда стремится передать определенный набор эмоций своим произведением и вызвать ответную реакцию у читателей. В связи с этим, функции используются для передачи полной, красочной картины повествования.

Благодаря тому, что комиксы набирают огромную популярность по всему миру, возникает необходимость в их переводе на разные языки. Одной из проблем перевода комиксов является различие в длине фраз. Так, например, русские и белорусские фразы длиннее английских в среднем на 25-30%. К тому же стиль игры слов в русском и белорусском языках абсолютно отличается от английского языка. Также система ономастопов (т.е. условное воспроизведение звуков природы и звучания, сопровождающих некоторые процессы такие как: дрожь, смех, свист и т.п.) в русском и белорусском языках не так сильно развита.

Говоря о языковом наполнении, а также особенностях оформления реплик ряда английских комиксов, можно говорить о том, что большое место здесь занимают звукоподражания и междометия, пиктограммы и идеограммы, особые орфография и пунктуация и особенности форматирования текста.

1. Звукоподражания и междометия

По мнению А.Н. Тихонова, звукоподражания, хотя и не имеют номинативной функции, обладают лексическим значением и являются полноценными словами. Будучи носителями языковой информации, они используются как средства общения. Междометия, выражая чувство, но, не называя его, нуждаются обычно в примыкающем к нему пояснению. Звукоподражательные слова часто относят к числу междометий, однако, не выражают ни эмоции, ни чувств, а являются подражаниями вполне конкретным естественным звучаниям. Свойство междометий – выражать очень разнообразный и порою довольно пестрый круг чувств – определяется тем, что в реализации их лексических значений важную роль играют языковой контекст, ситуация речи, интонация, жест, а также мимика. Звукоподражательные слова обозначают совершенно конкретное явление внешнего мира, и, в принципе, понятны без пояснения.

По характеру имитируемых звуков звукоподражательные слова имеют в своем составе:

- 1) слова, имитирующие голоса птиц;
- 2) слова, имитирующие голоса животных;
- 3) слова, обозначающие звуки, издаваемые человеком;
- 4) слова, обозначающие звуки природы, издаваемые ветром, дождем, бурей;
- 5) слова, имитирующие различные звуки, не принадлежащие живым существам [4].



2. Пиктограммы и идеограммы

Пиктограмма – это схематическое, с помощью условных знаков, изображение предметов и явлений. Идеограмма – стилизованный символ или

знак, представляющий идею или объект, не выражая его название.



3. Гибкая орфография и пунктуация

Имеется в виду нарушение общепринятых правил орфографии и пунктуации как средства озвучивания языка и передачи настроения и чувств персонажей.



4. Особенности форматирования текста

Особенности форматирования текста – способ, который позволяет посредством изменения начертания букв подчеркнуть настроение, чувства персонажа.



Таким образом, можно говорить о том, что звукоподражательные слова являются мощным средством создания художественного образа. Наиболее часто ономапоты используются в метафоре и в сравнениях, реже – в метонимии. Безусловно, в целях сохранения образности и экспрессивности тек-

ста необходимо стремиться к употреблению соответствующего стилистического приема и в переводе.

В наше время комиксы получают все большее распространение, в частности, на постсоветском пространстве. Они становятся более разнообразными и представляют различные литературные

жанры: научную фантастику, детективы, юмористические истории и т.д. Комиксы – это жанр, которому свойственны особые способы упрощения и ускорения процесса познания. Именно поэтому они полюбились читателям всех возрастов и профессий.

Комиксы объединяют не только графику и литературу, но и огромное множество других видов искусства, начиная от кинематографа, заканчивая социальной рекламой. Комикс является феноменом лингвистики из-за необычного способа подачи текста, особенных оборотов и даже междометий. Немаловажно отметить, что переводить комиксы очень непросто, поскольку в них мало текста и много картинок. Чем меньше слов, тем больше значение каждого из них. И, следовательно, прежде чем приступить к переводу, нужно почувствовать стиль речи, присущий каждому герою комикса.

Список литературы

1. Ожегов, С. И Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – М. : Азбуковник, 2000. – 940 с.
2. Козлов, Е.В. Комикс как явление лингвокультуры: знак – текст миф / Е. В. Козлов – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2002. – 220 с.
3. Горохова Л.А. Семантико-прагматические и социолингвистические особенности функционирования ономастопов в текстах современного английского языка// Дисс. канд.филол.наук. - Пятигорск: ПГЛУ, 1998. -220с.
4. Тихонов, А. Н. Междометия и звукоподражания – слова? [Текст] / А. Н. Тихонов // Русская речь. – 1981. – № 5. – 263 с.

LOCAL STUDIES

УДК 00(082)

ПРОИСХОЖДЕНИЕ АРАЛЬСКИХ ГЕОГЛИФОВ В КАЗАХСТАНЕ

*Стасив Игорь Васильевич**Геолог-краевед**Украина, пгт. Новая Боровая*

ORIGIN OF ARAL GEOGLYPHS IN KAZAKHSTAN

*Stasiv Igor Vasilevich**Local geologist**Ukraine, town of Nova Borova*

Аннотация

В статье проанализированы выявленные ранее в Казахстане Аральские геоглифы, описана их природа образования и связь с глобальным потеплением XII-XIII вв.

Abstract

The article analyzes revealed previously Aral geoglyphs in Kazakhstan and describes the nature of their origin and connection with global warming of the XII-XIII centuries.

Ключевые слова: Аральские геоглифы Казахстана; глобальное потепление XII-XIII вв.

Keywords: Aral geoglyphs of Kazakhstan; global warming XII-XIII centuries.

Впервые Знаки (линии) Аральского моря, были выявленные Б.А.Смердовым на дне высыхающего морского дна в 1990 году (см. Фото 1). По его мнению, и других исследователей, они были созданы «высокотехнологичной внеземной Цивили-

зацией в виде послания землянам» и приравниваются к геоглифам. Исходя из детального описания, которое Б.А. Смердов приводит в статье «Следы на дне Аральского моря» [1], выявленные им контуры представляют собой разнообразные фигуры,

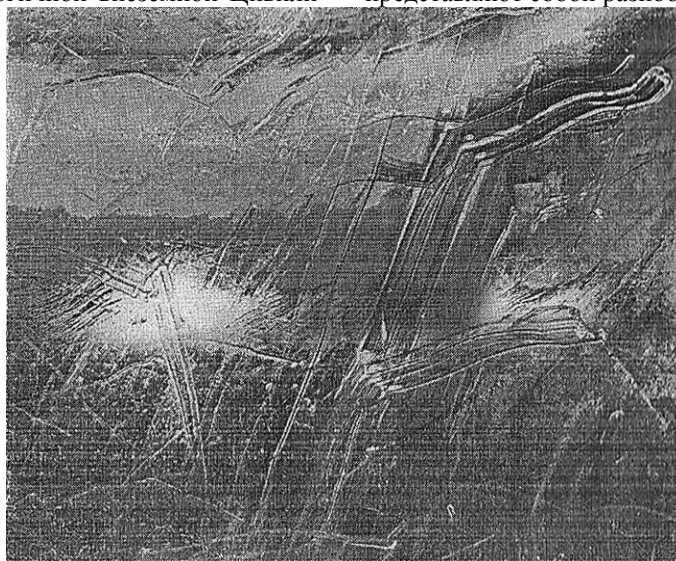


Фото 1.

состоящие из одиночных или нескольких параллельных линий необычной формы. Они очень похожие на полосы, рытвины и борозды шириной от 2-5 до 20-50 метров и длиной до 100 километров, сопровождающиеся отвалами грунта по бокам, напоминая следы от бульдозера. С одной стороны, эти линии имеют ровные входы, а с другой своей стороны, на выходе, заканчиваются лежащими поперёк «жгутами» из перепутанных стеблей и корней водных растений с вкраплениями небольших ракушек. Подобные контуры, в действительности,

могли образовываться в процессе движения или волочения каких-то больших предметов по песчано-илистому грунту дна Аральского моря. Аналогичные линии были обнаружены на дне Каспийского моря в северной его части.

О природе образования данных линий на дне Арала и Каспия, ряд ученых высказывали предположение, что их оставили льдины, сползающие в море, или они возникли за счет ветра, под действием которого их волочило по морскому дну. Однако Б.А. Смердовым, такое объяснение категори-

чески отвергается. Но у меня все же, есть ряд фактов, подтверждающих, что образование этих линий произошло под действием дрейфа льдин и их образований.

При проведении глубинных геолого-съёмочных работ на Южном Прибалхашье, в районе известного городища Карамерген, мною были обнаружены на склонах песчаных барханов большие глыбы каменных пород, размером от 2-х до 3-х метров и более. Находились они на высотах 10-15 метров. Такими породами были сложены скалистые и каменные берега северной части оз. Балхаш и его островов. В XII-XIII вв. на современной территории Казахстана происходило глобальное потепление, приведшее в середине XIII в. к таянию ледников в горах Джунгарского Алатау, Тянь-Шаня и поднятию уровня воды в Балхаш-Алакольской впадине до 40 и более метров [2]. Северный берег озера Балхаш с его скалистыми каменными берегами оказался затопленным. Здесь образовались многочисленные острова с валунами, плитами и разнообразной формы каменными глыбами. В итоге, все существующие в то время озера, такие как Балхаш, Сасыкколь и Алаколь, были слиты в единый водоем. Под водой оказалась практически вся Балхаш-Алакольская низменность с городищами (в том числе и Карамерген), земледельческими поселениями и полями вокруг них, расположенными в долинах рек Или, Каратал, Аксу, Лепсы. О том, что данная территория в то время затоплялась, говорят результаты проведенного мною осмотра городища Карамерген, где практически все стены были размыты и приняли насыпную округлую форму. С наружной стороны они имеют пологие склоны, с небольшими террасами и остатками мелких ракушек, какие бывают на берегах речек и озер, а с внутренней – более ровные без террас, чем и подтверждается факт о их длительном затоплении. Казахстанские археологи считают, что городище Карамерген и другие близлежащие городища, были разрушены в ходе монгольского нашествия в XIII в. Хотя особых следов разрушений человеческими руками на руинах этого и других городищ я лично не заметил. Поэтому имеются основания полагать, что мнение археологов по этому вопросу является ошибочным, так как монгольские войска на самом деле, двигались вдоль предгорья Джунгарского Алатау по караванным дорогам Шелкового пути, разрушая находящиеся вдоль него городища и земледельческие поселения.

С XIV в. наступает период суровых зим, в результате которых поверхность Балхаш-Алакольского водоема неоднократно покрывается льдами толщиной до 1 м, захватывая и обволакивая тем самым, все скальные выходы берегов и вновь образованных островов с валунами и глыбами. С наступлением весеннего тепла уровень воды в водоеме повышался и льдины с захваченными валунами и глыбами скальных пород под воздействием северо-восточного ветра, а также течений начинали перемещаться по поверхности водоема в сторону Юж-

ного Прибалхашья. Потом они зависали на барханах и при дальнейшем потеплении начинали тянуть, оставляя на них валуны и глыбы скальных пород.

Аналогичная ситуация возникла на Аральском и Каспийском морях, а также прилегающей к ним Торгайской ложбине, когда в процессе завершения глобального потепления в середине XIII в., уровень воды в них поднялся до 10 и более метров, объединив их на какое-то время в единый водоем. В те времена на площадях прибрежной зоны этих морей существовали многочисленные возвышенности и уступы, со скальными образованиями и глыбами пород, которые в период поднятия воды в морях превратились в острова и полуострова. С наступлением малого ледникового периода с суровыми и холодными зимами, поверхность Аральского и северной части Каспийского морей в зимние периоды покрывалась льдом, толщиной до 1 м. Жизнь этих ледяных полей на Аральском море была, правда, недолговечной из-за сильных ветров и течений. Максимальная скорость ветров в период весенних штормов, достигала 30 и более м/с. Наиболее интенсивное и длительное их проявление по данным исследователей, отмечалось на западном побережье моря, с доминирующим северо-восточным вектором. Характер ветров на Аральском море в своих служебных записках фиксирует капитан-лейтенант А.И. Бутаков, который занимался его изучением еще в 1848 г. «Господствующие ветры дуют на Аральском море из северной половины компаса. Вообще Аральское море принадлежит к самым бурливым и беспокойным. Ветер крепчает и разводит большие волны, потом, стихнув, оставляет после себя самую неприятную зыпь, при которой лавировать нет никакой возможности» [3].

От воздействия ветров и течений, возникающих от постоянного притока воды от рек Амударья и Сырдарья, сложный покров ледяных полей взаимодействовал с островами и полуостровами, постоянно трескался, что приводило к неравномерному дрейфу льдин. Как и на морях Северного Ледовитого океана, этот дрейф и на Аральском море сопровождался деформациями, включая подвижки и сдвиги ледяных полей с одиночными льдинами, относительно друг друга, образованием трещин, разводий и торосов. Процесс образования торосов заключался в разламывании ледяного покрова с последующим наклоном обломков и ледяных глыб, вплоть до вертикального положения, с нагромождением ледяных валов и гряд. При малой глубине водоемов, подошвы гряд торосов доставали дна грунта и при дрейфе льдин с торосами, особенно во время весенних штормов, пропахивали на них борозды. Наиболее интенсивное их накопление происходило в районах островов и полуостровов, которые имели скальные образования и уступы или были в виде бугров, тормозившие движение льдин. Об них, дрейфующие льдины под действием течений и ветра заламывались, образуя гряды торосов, которые в результате примерзания к скальным берегам и уступам островов, превращались в припай

неподвижного льда с наклонно-вертикальными торосами или на пологих берегах, в неподвижные просевшие на грунт ледяные стамухи-торосы.

С наступлением весны под действием тепла уровень воды в Аральском море поднимался, в результате чего льдины начинали трескаться и перемещаться при активном участии штормовых ветров и течений. Ледяные стамухи-торосы и припаи неподвижного льда с грядками торосов отрывались от берегов, прихватив с собой валуны и глыбы скальных пород, начиная совместно двигаться с ледяными полями в направлении господствующих ветровых и морских течений, которые могли периодически менять свое направление. Проплывая по мелководным участкам моря, эти ледяные глыбы торосов и льда с обломками пород, сдирали поверхностный слой песчано-илистых отложений и нарушали покровы водорослей. Это приводило к скатыванию водорослей в виде круглых валиков и образованию за собой на поверхности мелководного дна моря разнообразные борозды (линии), различной ширины, длины и направления, в зависимости от размера подошвы каменных обломков, торосов или стамух и направлений их движения. А с увеличением глубины моря льдины с торосами переставали пропахивать мелководный грунт до появления очередного мелководья. Такие передвижения льдин с торосами повторялись неоднократно на протяжении нескольких десятков лет, а может и столетия, оставляя в итоге после себя на дне моря, многочисленные поля борозд.

Именно эти формы рельефа были обнаружены и описаны Б.А. Смердовым на высыхающем дне Аральского моря, «...с входящими и выходящими бороздами, заканчивающиеся лежащими поперек жгутами из скатанных водорослей и мелких ракушек» [1]. Исходя из приведенных исследователем детальных описаний этих линий или «Знаков» Аральского моря, можно, тем не менее, сделать вывод о природном их происхождении, никак не связанном с вымышленными «посланиями высокоразвитых цивилизаций».

Аналогичные борозды ледового выпаживания встречаются на многих морях Северного Ледовитого океана в местах с похожими малыми глуби-

нами. Здесь, при средней высоте торосов над ровным льдом 1,6-1,9 м и подводной части до 10 м на песчано-илистом грунте выпаживались протяженные борозды глубиной 1-2 м, шириной единичных борозд – до 5 м, а системы борозд – и до 200 м, которые сопровождалась характерными валобразными насыпями по их краям и на концах. Но никто из специалистов почему-то их не причисляет к таинственным геоглифам. Подобные борозды были выявлены в прибрежных водах Северного Каспия, на которые я ссылаюсь выше, а также в пределах Балтийского моря. Все они описаны в публикациях Огородникова С.А. [4], Бухарицина П.И. [5] и Каарел К. Орвику [6].

Список литературы:

1. Смердов Б.А. Следы на дне Аральского моря [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ctntrasia.ru/newsA.php?st=1044074220>
2. Стасив И.В. О происхождении озера Балхаш и Балхаш-Алакольской впадины [Электронный ресурс]. Международный научно-исследовательский журнал «ЕВРАЗИЙСКОГО СОЮЗА УЧЕНЫХ» (ЕСУ) № 4(49)/2018, 5 часть, стр.5-10, http://euroasia-science.ru/wp-content/uploads/2018/08/Euroasia_июль_журнал_3_часть-13.pdf.
3. Вокруг света. – 1993 - №10 (2637) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aral-sea.com/>.
4. Огородников С.А. Рельфообразующая деятельность морских льдов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://netess.ru/3zemlya/537093-1-relefoobrazuyuschaya-deyatelnost-morskih-ldov.php>.
5. Бухарицин П.И. Роль дрейфующих льдов в формировании рельефа и состава донных отложений Северного Каспия [Электронный ресурс]//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014 - №3 – с.17-18 URL: www.rae.ru/upfs/?section=content&op=show_article_id=4732.
6. Каарел К. Орвику. О накоплении валунов на морских берегах Эстонии [Электронный ресурс]//Океанология.-1965-.Т.V.Выпуск 2.С.316-321, <http://www.evgenyev.narod.ru/spb/orviku-1965.pdf>.

PEDAGOGY

РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДОВ БОРЬБЫ С ПОДРОСТКОВЫМ ИНФАНТИЛИЗМОМ

Кротова В.В.

Аспирантка Нижегородского государственного педагогического университета им.Козьмы Минина

DEVELOPMENT OF EFFECTIVE METHODS TO COMBAT TEENAGE INFILTRISM

Krotova V.V.

Post-graduate student of Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after Kozma Minin

Аннотация

В статье говорится об изучении и опасности инфантилизма, как социального явления.

Abstract

The article refers to the study and danger of infantilism as a social phenomenon.

Keywords: volunteer activity, volunteer association, teenager, active activity, collective activity, lack of independence of decisions

Ключевые слова: волонтерская деятельность, волонтерское объединение, подросток, активная деятельность, коллективная деятельность, несамостоятельность решений

Уже более 125 лет медики и психологи изучают проблему психической незрелости, но, ещё никогда проблема не стояла столь остро как в наши дни, причём постепенно возрастающая инфантилизация подростковой среды стала особенно чётко наблюдаться со второй половины XX столетия, то есть с послевоенного периода. Однако по-прежнему не удаётся преодолеть противоречивость освещения причины заболевания, его нозологической сущности и, особенно, клинических проявлений.

На данный момент, «инфантилизм» не имеет точного определения, и используется в контексте обозначаемой области.

Инфантилизм – это сохранение в психике и поведении взрослого особенностей, присущих детскому возрасту.

Это выражается в несамостоятельности решений и действий, чувстве незащищенности, в пониженной критичности по отношению к себе, повышенной требовательности к заботе других о себе, в разнообразных компенсаторных реакциях (фантазирование, замещающее реальные поступки, эгоцентризм и др.).

Инфантилизм – это своеобразная девиация психического и личностного развития, а также поведенческой активности индивида, проявляющаяся в неадекватной хронологическому возрасту приверженности к детским образцам поведения, видения и оценки окружающей действительности и своего места и роли в ней.

Ярким примером роста и опасности инфантилизма являются: 1. Современная молодёжь не стремится «побыстрее устроиться на работу», 2. Сильно упал показатель количества молодежи, желающей получить права. Даже по сравнению с 2001 годом он снизился с 77 до 66 %, 3. Молодые люди предпочитают свободные отношения семье [4].

Опасность инфантилизма, как социального явления, определяется тем, что эмоционально-волевая незрелость такого человека проявляется в несамостоятельности решений и действий, в чувстве незащищенности, в заниженной критичности по отношению к себе, в повышенной требовательности к заботе других о себе, в демонстрации эгоцентризма.

Обобщим основные причины возникновения инфантилизма в виде таблицы 1.

Таблица 1

Основные причины возникновения инфантилизма

№	Причины	Меры
1	Современный ритм жизни (спешка, стресс)	Необходимо планировать собственное время и развивать самоконтроль
2	Несовершенство школьной системы	Решение проблемных ситуаций, использование исследовательского подхода при изучении учебного материала, связь учебной информации с жизненным опытом учащихся
3	Неприученность ребёнка к обязанностям	Выработать привычку у ребенка к обязанностям, объяснить важность дел, мотивировать, вызвать желание выполнять обязанности
4	Чрезмерное жаление-жалость	Объяснить ребёнку ситуацию, сделать выводы

Одним из эффективных методов по работе с подростками являются интерактивные технологии. Интерактивные технологии позволяют заинтересовать подростка, вовлечь его в активную работу, и, соответственно, развить в нём такие качества, как ответственность, чувство взаимопомощи, креативность, самоуважение. Именно оказание помощи другим, собственная инициатива и участие в «общем деле» ускоряет развитие социальных процессов у подростка и препятствует развитию негативных характеристик, таких, например, как инфантилизм. Волонтерство является одним из эффективных методов работы с подростками.

Развитие волонтерского движения в последнее десятилетие стало важной стратегической задачей молодежной политики в России, о чём свидетельствует особое внимание со стороны Правительства Российской Федерации. Так, например, 5 декабря официально объявлено Днём волонтера, а 2018 год по Указу Президента РФ В.В.Путина от 06.12.2017 г. № 583 (Вступил в силу с 6 декабря 2017 года) объявлен годом волонтеров.

Мотивами для вовлечения молодых в волонтерскую деятельность служат:

- личные устремления, желание молодежи выполнять социально-значимую работу, отдавая частичку заботы, внимания, подчас ощущая себя добрым волшебником;

- желание изменить мир к лучшему, сделать его здоровым и безопасным;

- внутренняя психологическая потребность быть нужным;

- потребность в общении и прочее.

Было проведено исследование работы одного из волонтерских объединений Нижнего Новгорода. В состав волонтерского объединения входят 17 человек в возрасте от 15 до 18 лет. Из них 6 мальчиков и 11 девочек. То есть, девочек почти в два раза больше, чем мальчиков.

Проведённое исследование позволило сделать следующие выводы. Анализ ответов в начале учебного года на вопрос «Что именно привлекает Вас в волонтерской деятельности?» представлен на рисунке 1.

Как показывает исследование, интересы подростков сводились большинству к получению нового опыта. То есть, не было стремления кому-то помочь, заниматься добрыми и нужными делами.

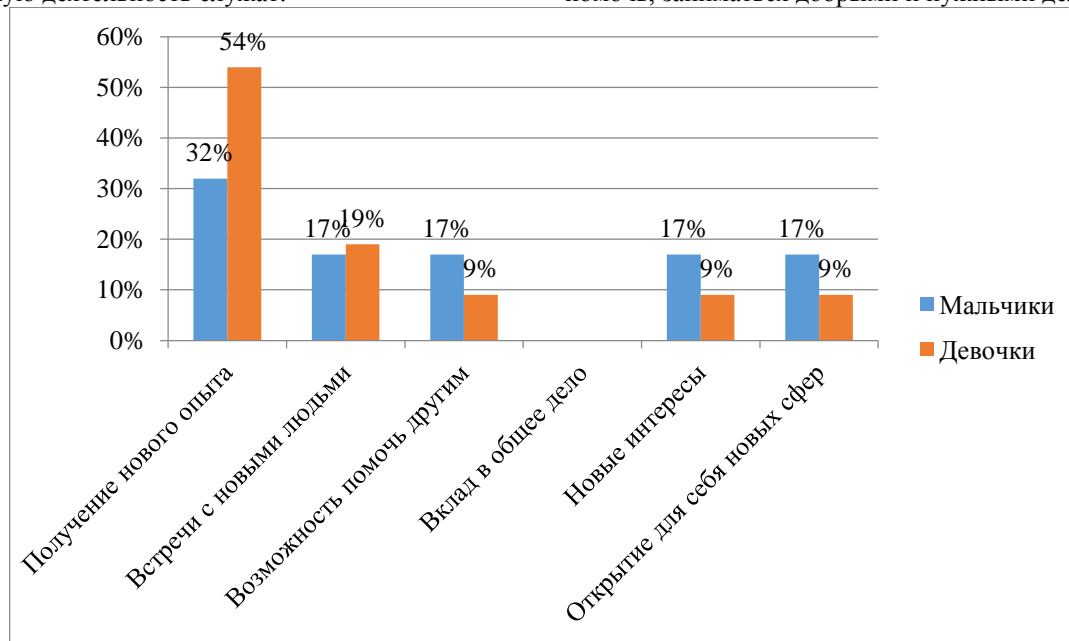


Рисунок 1– Что именно привлекает Вас в волонтерской деятельности?

Как пример изменения мировоззрения подростков рассмотрим таблицу анализа изменений в анкете волонтеров волонтерского объединения.

Анализ изменений в анкете волонтеров волонтерского объединения

№	Вопросы	Ответы			
		Маль- чики	Мальчики	Де- вочки	Маль- чики
1	Оцените себя по шкале от 1 до 10 по след. качествам:	Баллы		Баллы	
	Ответственность	5,7	5,7	6,7	6,9
	Конфликтность	5,5	5,8	4,5	4,7
	Стрессоустойчивость	4,8	5,7	5,7	6
	Коммуникабельность	5,1	6,4	6,2	7,1
	Толерантность	5,9	6,7	6,8	7,4
	Креативность	6,6	6,9	7,3	7,5
2	Какие виды деятельности Вы предпочитаете:	Кол-во человек		Кол-во человек	
	Связанные непосредственно с людьми (в тч с незнакомыми)	6(100%)	8(72%)	4(67%)	5(45%)
	Коллективную деятельность (в группе с другими людьми – единомышленниками)		3(28%)	2(33%)	6(55%)

Таким образом, исследование показывает, что активная деятельность, работа в коллективе на благо общества, определённых категорий людей, помогает подростку найти своё «Я», поверить в свои силы. Коллективная деятельность – это эффективный метод борьбы с инфантилизмом. Главным условием эффективности данного метода является активная деятельность, совместная работа, через которую подросток получает возможность осмыслить свои силы, возможности, интересы, выбрать профессию. Проверить и усовершенствовать свою пунктуальность, ответственность, коммуникабельность. То есть, эффективными методами являются:

- спланированная коллективная деятельность;
- наличие и реализация целей у подростка по оказанию кому-либо помощи. Это могут быть как не защищённые слои населения, так и дети из семей находящихся в трудной жизненной ситуации;
- трудотерапия.

Таким образом, главное - это заинтересовать подростка и позволить проявить себя.

Отметим, что именно волонтерство - добровольная помощь - является инструментом по борьбе с инфантилизмом, эффективным методом развития самоопределения.

Список литературы

1. Фалькович Т.А., Толстоухова Н.С., Высоцкая Н.В. Подростки XXI века. Психологопедагогическая работа в кризисных ситуациях: 8–11 классы. М.: ВАКО, 2012. 256 с.
2. Фельдштейн Д.И. Психология взросления. - М.: Флинта, 2002.
3. 7. Царева Н.П. Коммунарство - это забота // Теория, история, методика детского движения // Под ред. Т.В. Трухачевой. - М., 2011. –Восьмой выпуск. - С. 153
4. <https://www.adme.ru/svoboda-kultura/pochemu-detstvo-sovremennyh-lyudej-dlitsya-do-30-let-i-cto-iz-etogo-vyjdet-1781165/> © AdMe.ru (27.08.2018 г. 9:59)

PHILOLOGY

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ТИПЫ СРАВНИТЕЛЬНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

Трегубчак А.В.

кандидат филологических наук, Рязанское гвардейское высшее воздушно-десантное командное училище им. генерала армии В.Ф. Маргелова, г. Рязань, РФ

STRUCTURAL-SEMANTIC TYPES OF COMPARATIVE CONSTRUCTIONS

Tregubchak A. V.

Candidate of Philology Sciences, Ryazan Airborne Academy named after general V.F. Margelov, Ryazan, RF

Аннотация:

В данной статье анализируются структурно-семантические типы сравнительных конструкций, выделяются три типа в зависимости от количества присутствующих в конструкции элементов, указываются условия функционирования и материальное выражение каждого из типов сравнения.

Abstract:

In this article, structural and semantic types of comparative constructions are analyzed, three types are distinguished depending on the number of elements present in the construction, the conditions of functioning and the material expression of each of the types of comparison are indicated.

Ключевые слова: сравнение, структура, объект сравнения, эталон сравнения, основание сравнения, структурно-семантические типы.

Keywords: comparison, structure, comparison object, reference standard, comparison basis, structural-semantic types.

С точки зрения структуры, сравнение как лингвистическая единица отличается от других языковых явлений своими особыми конструктивными признаками. «В идеальном, полном варианте, представленном сравнительным оборотом с союзами, сравнение представляет собой трехчленную структуру, для обозначения элементов которой мы используем наименования *объект сравнения, эталон сравнения, основание сравнения*» [1, с. 374] с факкультативным четвертым членом – показателем сравнения. Но в реальной речевой практике нередко наблюдается импликация одного или несколько членов сравнительной конструкции. Подобное изменение структуры ведет за собой и трансформацию семантических функций данной языковой единицы. Говоря о функции языковой единицы, мы придерживаемся мнения А.В. Бондарко, который трактует ее в двух смежных, но противопоставленных аспектах, как «свойственную ей <языковой единице> в языковой системе способность к выполнению определенного назначения и к соответствующему функционированию в речи; вместе с тем функция – результат функционирования, т.е. реализованное назначение, достигнутая в речи цель» [2, с. 8].

Первый элемент структуры – объект сравнения, как правило, всегда присутствует в высказывании, так как именно он является единственным обязательным смысловым элементом, необходимым для его структуры и смысла.

Объект сравнения – базовый элемент сравнительной конструкции. Поэтому его усечение приве-

дет к разрушению синтаксической конструкции вообще, в то время как исключение любого другого члена сравнительного оборота способно привести лишь к изменению или утрате его сравнительного значения.

В редких случаях первый компарат может отсутствовать в сравнительной конструкции без ущерба для ее структурной и семантической полноты, если он легко восстанавливается из контекста, что становится возможным в условиях разговорной речи, например, в репликах диалога: – *Хоть бы уж скорее начинали, – говорил Рубашкин, – голлоден, как собака (Тэффи)*. Такое отсутствие первого компарата в структуре сравнительной конструкции не ведет к изменению ее значения, тогда как трансформация или полная редукция остальных ее элементов приводит к существенным изменениям семантики.

Эталон и основание сравнения могут редуцироваться или даже полностью отсутствовать как самостоятельные элементы в высказывании в зависимости от его целей и условий коммуникации, приводя к созданию новых структурно-семантических типов сравнительных конструкций. В зависимости от наличия или отсутствия базовых элементов, можно выделить три типа сравнительных конструкций.

1. **Полная (стандартная) сравнительная конструкция** включает в себя объект, эталон и основание сравнения. В сравнениях такого типа сопоставление происходит, во-первых, между двумя называемыми, реальными или воображаемыми объектами, а во-вторых, непосредственно в момент

общения, то есть адресат речи присутствует непосредственно при мыслительном действии, логической операции сравнения. На это указывает наличие в высказывании номинации двух предметов и указание на общий признак, относительно которого производится данная операция. Учитывая названные особенности, сравнения подобного типа можно обозначить как **динамические сравнения**, или **сравнения-действия**. Зачастую они могут быть осложнены разнообразными показателями сравнения или союзом *чем*. Подобные сравнения могут включать в себя:

- синтаксические конструкции различной степени сложности (обороты, предложения): *Мальчик тоже был черен, как эфиоп, оборван и тоже мелькал босыми ногами в продранных башмаках* (А.С. Серафимович);

- падежные формы имен существительных (с предлогами или без них): *Каждый вечер приходил кто-нибудь прощаться, ходил петухом, бросал шапку об землю, грозился один разбить всех япошек и кончал страдательной песней со слезами* (А.И. Куприн).

В устойчивых сравнениях или в ситуации, когда сравниваемый признак двух предметов достаточно определен, возможно отсутствие основания сравнения без изменения его семантики. Это происходит в результате нескольких причин:

- если объект и эталон сравнения настолько тесно связаны в языковой культуре или индивидуальном сознании говорящего, что уточнять, на основании чего сопоставляются объекты, нет необходимости. Например: *пруд как зеркало*, – опущено основание «блестит, отражает свет, предметы», так как это единственное общее качество этих двух предметов, лежащее на поверхности нашего восприятия. Но в высказывании *пруд был круглым, как зеркало бабушки*, – сравнительная конструкция требует введения основания сравнения, так как признак круглой формы не является обязательным ни для пруда, ни для зеркала, а следовательно, не может автоматически возникать в сознании слушателя,

- если сравнительная структура подвергалась многократному цитированию, и ее образное значение настолько хорошо известно всем носителям языка, что не требует разъяснения, тем более что подобные разъяснения, введенные в ткань художественного текста, неминуемо утяжелили бы его: *Глаза – зеркало души* (Л.Н. Толстой).

2. **Усеченная конструкция** состоит из двух элементов вместо традиционных трех: объекта и основания сравнения, делает акцент на признак, объединяющий предметы, явления, эталон сравнения при этом отсутствует. Это возможно вследствие того, что эталон сравнения по своему значению является перифразом первой, исходной части, и вследствие закона экономии может подвергаться усечению: *Стоял, Антихристовыми глазами глядя на жену* (А.Н. Толстой).

В структуре сравнительных конструкций подобного типа трудно однозначно выделить ее составляющие, как правило, она состоит из объекта и

некоего второго члена, представляющего собой кооперацию значений эталона и основания сравнения. Такое взаимоналожение эталона и основания сравнения в пределах одной языковой единицы возможно, по нашему мнению, при лексемах определенного типа, чей референт содержит в своем значении определенные устойчивые семантические ассоциации, позволяющие создавать метафорическое значение высказывания. Для конструкций подобного типа нет необходимости в основании сравнения как самостоятельной структурной единице: *Ноздри его ястребиного носа раздувались* (М.А. Булгаков); хотя они и могут сопровождаться определениями, обогащающими семантику высказывания или иного рода пояснениями: *...круглые, твердые, ястребиные глаза восторженно и несколько презрительно смотрели вперед* (Л.Н. Толстой), – прояснение смысла прилагательного *ястребиные* происходит за счет включения его в синонимический ряд с прилагательными *круглые* и *твердые*.

В подобных конструкциях семантика сравнения выражается на морфологическом уровне, например, формой творительного падежа имени существительного, именем прилагательным и др.

Также усечение второго компарата возможно в выражениях, имеющих декларативный характер, подчеркивающих именно степень проявления признака, его значительное преобладание у данного предмета в ряду других, сходных с ним. В подобных конструкциях демонстрируется готовый результат проведения мыслительной операции, проводится сопоставление предложенного предмета, явления, действия с другими внутри определенной группы, класса. Результатом такого сопоставления является констатация степени проявления заявленного признака у указанного предмета, в этом случае эталон сравнения остается невыраженным и восстанавливается, исходя из контекста.

Морфологическими выразителями подобного значения являются порядковые числительные (*первый, последний*), формы сравнения прилагательных и наречий, употребленные самостоятельно вне сравнительной конструкции (*лучший*), некоторые качественные имена прилагательные (*великолепно, сногшибательно*), существительные (*гений, идеал, монстр*), входящие в сравнительную конструкцию в роли все того же кооперирующего члена: *Я, говорит, – гений, а гений – выше закона* (Е. Замятин).

Кроме того, двучленная конструкция реализуется и в случае приименного употребления некоторых цветowych лексем: *...упряма и капризна, как византийская принцесса с опаловыми глазами* (Н. Гумилев), – имя прилагательное, обозначающее цвет предмета, совмещает в себе эталон и основание сравнения (признак цвета), трансформировав эту конструкцию в синонимичный ей трехчлен, мы получаем *глаза цвета опала, глаза цвета как опал*, то есть стандартную сравнительную конструкцию.

Также двучленная конструкция образовывается при сочетаниях лексем, включающих в себя аффиксоиды *-подобный, -образный* и др.: *С громахающего гороподобного грузовика...проорали* (К. Федин).

Такие конструкции принадлежат лексическому, словообразовательному и частично морфологическому уровням выражения семантики сравнения. Они более компактны, образны, зачастую вовсе не воспринимаются как сравнения, так как давно уже потеряли свою творческую, образформирующую функцию, свойственную сравнению. Это конвенциональные сравнения, отсылающие сразу к вторичному значению слова, без предварительного упоминания начального значения объекта. Сравнения этого типа можно назвать **реализованными сравнениями** или **сравнением – результатом**.

3. Одноэлементная сравнительная конструкция – это структура, соединяющая в себе значение объекта и эталона, объекта и основания сравнения или объекта, эталона и основания сравнения одновременно. В сравнении этого типа происходит сопоставление предмета не с внешним объектом, а с самим собой в различных временных и пространственных условиях, то есть в них подчеркивается, выделяется степень (вектор) изменения признака определяемого референта.

Сравнения подобного типа по структуре одночленные, так как объектом и эталоном в них является одно лицо, кроме того, семантика признака также включается в данную языковую единицу вследствие ее лексического значения.

Основным морфологическим выражением данного типа сравнения являются глаголы становления и изменения признака: *Как ты, голубчик, по-старел-то...* (Д.Н. Мамин-Сибиряк), – *человек по-старел*, то есть стал *более старым, старше, чем был*.

Подобные сравнения можно обозначить как **внутренние**, так как все их структурные элементы объединяются в рамках одной языковой единицы, а процесс сравнения происходит «внутри» самого предмета.

Исходя из предложенной классификации, можно заключить, что изменение структуры сравнительной конструкции однозначно и закономерно приводит к изменению ее семантики.

Литература:

1. Трегубчак А.В. Семантическая структура сравнения. Объект и эталон сравнения // Вестник современных исследований. – 2018. – № 8 – 1 (23). – С. 374–377.

2. Бондарко А.В. Введение. Основания функциональной грамматики // Теория функциональной грамматики: Введение. Аспектуальность. Временная локализованность. Таксис / Отв. ред. А.В. Бондарко. – Л.: Наука, 1987. – С. 5-39.

PHILOSOPHY

УДК 316.3

СОЦИАЛЬНОЕ ВРЕМЯ В КОНТЕКСТЕ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ СОЦИАЛЬНОЙ ФИЛОСОФИИ

Попов Виталий Владимирович,
доктор философских наук, профессор,
Музыка Оксана Анатольевна,
доктор философских наук, профессор
Дзюба Любовь Николаевна,
аспирант

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
Таганрогский институт им. А. П. Чехова (филиал)

SOCIAL TIME IN THE CONTEXT OF THE FUNDAMENTAL PROBLEMS OF SOCIAL PHILOSOPHY

Popov Vitaly Vladimirovich,
doctor of philosophical Sciences, Professor,
Muzika Oksana Anatolievna,
doctor of philosophical Sciences, Professor,
Dzuba Lubov Mihailovna,
postgraduate student

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта «Трансформация стратегий исследования динамики социальной реальности», № 16-33-00003-ОГН\18

Аннотация:

Рассмотрены теоретические и методологические подходы к современному трансформирующемуся обществу; показано, что существует целый ряд вопросов, связанных с интенциональностью субъективного времени, которые нужно решить, не имея определенной шкалы, определенных точек интерпретации и т.д.; продемонстрировано существование различных уровней применения концептуально-семантического аппарата при рассмотрении социальных трансформаций на уровне различных систем.

Abstract.

Theoretical and methodological approaches to the modern transforming society are considered; it is shown that there are a number of issues related to the intentionality of subjective time that need to be solved without having a certain scale, certain points of interpretation, etc.; the existence of different levels of application of the conceptual and semantic apparatus when considering social transformations at the level of different systems is demonstrated;

Key words. Temporal referents, structure of social development, consciousness of social subject, types of processes, events, temporal factor, types of temporal structures, transformations, transitive society, social synergetics, time intervals, subjective time, social time..

Ключевые слова: темпоральные референты, структура социального развития, сознание социального субъекта, виды процессов, события фактор темпоральности, виды темпоральных структур, трансформации, транзитивное общество, социальная синергетика, интервалы времени, субъективное время, социальное время.

Введение. Проблема исследования субъективного времени является достаточно сложной, при этом нужно сказать, что в современной отечественной литературе имеется определенный вклад в разработку данной проблемы, однако, если говорить о том, что эта проблема получила достаточно широкое распространение среди современных ученых как в области философии, так и в иных социально-гуманитарных наук, видимо, не следует. Проблема, конечно, многогранная, комплексная, междисциплинарная. Она является именно той проблемой,

когда, с одной стороны, имеем дело с знанием социального субъекта, а с другой стороны, с той объективной хронологией времени, которая естественно имеет свое собственное существование, более того, в данном случае необходимо говорить о том, что само сознание субъекта интенционально направлено на целый ряд небольших проблем, связанных с субъективным временем социального субъекта, но при этом следует вести дискурс и о том, что подобная интенциональность связана с определенной хронологией, которая так или иначе

отображает социальные исторические процессы, которые происходят в трансформациях современного социума.

Целью статьи является рассмотрение малоизученной проблемы применения субъективного социального времени к интерпретации трансформирующейся реальности.

Методы: общепсихологические методы и принципы исследования, т.е. историзма, конкретности, системности, всесторонности, единства конкретного и абстрактного, логического и исторического в социальном познании,

Основная часть

В рамках онтологических проблем социальной философии авторы сталкиваются с малоизученной проблемой, связанной с интерпретацией действий социального субъекта в рамках субъективного времени в контексте тех или иных социальных и исторических процессов, и это действительно достаточно серьезно, так как проблема интерпретации и оценки действий социального субъекта с учетом индекса времени в тех или иных интервалах исторического процесса является достаточно важной частью анализа социальным субъектом общих частей социального процесса, впрочем как и локальных. В данном случае проблема интерпретации возникает не просто в отношении сознания социального субъекта, она возникает в отношении реконструкции прошлых событий, так и в отношении к вариантам и сценариям будущих событий, что же касается оценки этих событий - это отдельная проблема, которая, видимо, должна получить свое продолжение в самых ближайших исследованиях по данной тематике, однако авторы, в определенной степени, связывая как оценку так и интерпретацию, говорят о том, что, фактически, в этом случае именно социальный субъект с его возможностью интерпретации тех или иных явлений, событий, процессов т.д., моделирует определенные структуры развития социальных процессов, и то, что эти структуры подпадают под темпоральные структуры, например, темпоральную, периодическую или моментную говорит лишь о том, что в подобном случае сознание социального субъекта в рамках субъективного времени действительно способно достаточно точно отделить состояние и комплексы субъектов от тех процессов, которые ведут к этим комплексам событий, к этим процессам и т.д.[1],[2],[3].

Конечно, в данном случае следует говорить о том, что реальные, социальные и исторические процессы выходят за рамки сознания субъекта по отношению к сегментам времени однако более важным является именно то, что, зафиксировав именно эту сферу социального субъекта с учетом социального времени, мы действительно подходим как к реализации целей своего бытия социальным субъектом, так и к реализации его собственной сущности, что же отношению к будущему времени. Но зафиксировав в рамках длящегося настоящего различные темпоральные структуры и определившись с той темпоральной референцией, которую можно ис-

пользовать как для анализа социальных и исторических процессов, так и для анализа событий, комплекса событий, представлений и фактов, социальный субъект в данном случае может выходить за пределы сознания, и, в этом случае, если речь идет о будущем, мы будем говорить о социальном прогнозировании и социальном проектировании, если же речь идет о прошлом, то будем говорить, что идет воссоздание не просто какого-то комплекса событий, а воссоздание определенной картины прошлого, что позволяет социальному субъекту действительно адекватно оценивать то прошлое, которое имело место, касается тех моментно-интервальных периодов или интервально-моментных структур, которые охватывает субъективное сознание социального субъекта, то эта проблема, на наш взгляд, является выигрышной для социального субъекта, потому что, в принципе, дает возможность с учетом хронологии времени в определенной степени отчертить границы своего ближайшего субъективного времени, потому что социальный субъект не может рассматривать ни отдаленные реконструкции прошлого без очень сильных идеализаций и также подобные конструкции по отношению к будущему[4],[5],[6].

При этом важно обратить внимание на то, что действительно, достаточно часто прошлое не замечается с точки зрения его динамического характера, прошлое может проходить через настоящее в будущее, и не получать какой-то особой оценки или интерпретации, но, при этом, это такое прошлое, которое может получить свое значение и свой определенный индекс, свою значимость именно в будущем, если забывать о таком прошлом, то можно и забыть о прошлых альтернативах, которые возможно именно по субъективным причинам не дошли до длящегося настоящего[7],[8],[9].

Целесообразно зафиксировать ситуацию, что когда рассматривается субъективное время социального субъекта, особенно по отношению к тому периоду социального развития, к которому он имеет непосредственное отношение, то естественным является определение фундаментальных и теоретических основ, на которых будет строиться определение тех длительностей явлений, событий, процессов которые характерны для сознания социального субъекта сквозь призму субъективного времени[10].

Само настоящее время с точки зрения его хронологии позволяет вести дискурс о том комплексе событий, которые насыщают настоящее время субъективной темпоральности социального субъекта, но в этом же плане можно говорить и о том, что социальный субъект имеет свою историю, которую можно реконструировать, в которой можно найти те или иные комплексы событий, которые возможно возникли в прошлом, не реализовались, прошли через длящееся настоящее и в итоге могут появиться в будущем[11],[12],[13].

Если рассматриваем время сквозь призму восприятия социального субъекта, то, безусловно, определенная сфера восприятия в этом плане суще-

ствуется, именно эта сфера касается того, что социальный субъект воспринимает длящееся настоящее, определенный интервал, некоторое близлежащее, не отдаленное прошлое, интервалы, на которых происходит реализация тех или иных процессов или событий, и так же достаточно близкие по реализации интервалы, на которых будут реализовываться те или иные тенденции, которые были заложены на различных уровнях социального бытия, поэтому можно сказать, что сознание социального субъекта интенционально направлено в определенную сферу, в рамках которой своеобразным центром является интервал настоящего времени или длящееся настоящее, на котором происходит первичная оценка тех или иных событий, состояний или процессов развивающихся в рамках общего процесса развития истории[14].

Показано, что время реально ветвится в будущее, и, естественно, исследователь вправе говорить о том, что в прошлом имели место альтернативы, которые в этом прошлом не реализовались, но вот дальнейшая их судьба, на наш взгляд, заслуживает особого внимания. Эти альтернативы могут получить интерпретацию как в длящемся настоящем, так и составить те или иные фрагменты будущего времени. Вообще, принятие подобных интенций по отношению структуры времени, интенциональности сознания по отношению к этим структурам, безусловно имеет определенное влияние со стороны философской феноменологии[15].

Заключение. Настоящее время фактически нужно рассматривать как длящееся настоящее, эта точка времени, с точки зрения традиционного подхода, но реально любое настоящее - это определенный интервал, который при том или ином исследовании можно расширять как в отношении прошлого, так и в отношении будущего, идет ли речь о реконструкции прошлого или поднимаются футурологические проблемы. В соответствии с этим тот комплекс событий, который заложен в длящемся настоящем времени может в идеализированном времени передвигаться как в некоторое прошлое, так и в некоторое будущее.

- Если социальный субъект с учетом анализа его особенностей как субъекта, реализующего свое субъективное время по отношению к социальному развитию следует рассматривать в рамках достаточно длительного интервала, центром которого, причем своеобразным, идеализированным центром, будет являться принятая в рамках истории философии точка «теперь», и эта точка «теперь» будет восприниматься именно как длящееся настоящее, то именно она будет являться тем определенным центром, вокруг которого формируется сфера в длящемся настоящем, сценарии которых переходят в будущее.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта "Трансформация стратегий исследования динамики социальной реальности", № 16-33-00003-о-гн\18

Литература

- 1.Аверина Н.В., Попов В.В. Фактор времени в детерминистских и недетерминистских теориях исторического процесса // Философия права. 2011.- № 4 (47).- С. 86-90
2. Гадамер Х.Г. Истина и метод: основы философской герменевтики// М., 1998. - 695 с.
3. Попов В.В., Музыка О.А., Тимофеев В.А., Уколов А.О. Темпоральность и транзитивность в историческом процессе// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016.-№7-6.-С.-1110
4. Попов В.В., Щеглов Б.С., Грановская М.В. Специфика концепта интервал в исследовании социальных процессов//Фундаментальные исследования. -2015.- № 2-4.- С. 872-875.
5. Попов В.В., Самойлова И.Н., Щеглов Б.С. Аналитическая философия истории в постнеклассическом дискурсе// учебное пособие для студентов высших учебных заведений по курсу "История и философия науки" : в авторской редакции / В. В. Попов, И. Н. Самойлова, Б. С. Щеглов ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Таганрогский гос. пед. ин-т". Таганрог, 2007.
6. Научные исследования: информация, анализ, прогноз. Кравчук П.Ф., Попов В.В., Лыгина Н.И., Копылов В.И., Кириков О.И., Коровин С.С., Рындак В.Г., Усенко Н.И., Лазарева В.А., Нохрина Н.Н., Семенченко И.В., Щеглов Б.С., Петрушенко С.А., Гриценко Н.В., Иванова Р.П., Корнажевская Л.А., Симонова Г.И., Склярков И.Ю., Соколова Е.Н., Ковелина Т.А. и др.
- Под общей редакцией доктора филологических наук, профессора О.И. Кирикова. Воронеж, 2003. Том 1
- 7.Попов В.В., Музыка О.А., Киселев С.А. Концепция транзитивности и трансформации общества // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. -2017.- № 1-2.- С. 365-368.
- 8.Попов В.В., Музыка О.А., Тимофеев В.А. Противоречия в контексте переходных периодов транзитивного общества // Международный журнал экспериментального образования. -2016.-№ 7-0.- С. 111-114.
- 9.Попов В.В., Музыка О.А., Тимофеев В.А., Уколов А.О. Особенности глобализации в контексте социальной синергетики// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. -2016.- № 8-2.- С. 307-310.
- 10.Попов В.В., Щеглов Б.С., Лойтаренко М.В. Особенности интегральной интерпретации вероятности в контексте факторов оценки и темпоральности // Философия права.- 2015.- № 2 (69).- С. 23-27.
- 11.Попов В.В., Лойтаренко М.В. Социальная нестабильность в информационном обществе // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований.- 2014.- № 4.- С. 198-199.
- 12.Попов В.В. Концепция прошлого в контексте исторического процесса// Философия права.- 2010.- № 5.- С. 72-74.

13. Попов В.В., Музыка О.А. Специфика интервальной концепции времени: опыт концептуализации // Международный журнал экспериментального образования.- 2015.- № 3-1.- С. 36-39.

14. Попов В.В., Музыка О.А. Фактор темпоральности в контексте бытия социального субъекта // Международный журнал экспериментального образования.- 2015.- № 3.- С. 40-43

15. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук М. Фуко-СПб., 1994. – 408 с..

References

1. Averina N. In. Popov V. V. Temporal factor in deterministic and deterministic theories of historical process // Philosophy of law. 2011.- № 4 (47).- P. 86-90

2. Gadamer H. G. Truth and method: fundamentals of philosophical hermeneutics// М., 1998. - 695 p.

3. Popov V. V., Musica O. A., Timofeyenko V. A., Ukolov A. O. Temporality and transitivity in the historical process// international journal of applied and fundamental research. 2016.- №7-6.-P-1110

4. Popov V. V., Scheglov B. S., Wilson, M. V. Specificity of the concept of the interval in the study of social processes//Fundamental research. -2015.- № 2-4.- Pp. 872-875.

5. Popov V. V., Samoilova I. N., Shcheglov B. S. Analytical philosophy of history in post-non-classical discourse // textbook for students of higher educational institutions on the course "History and philosophy of science" : in the author's edition / V. Popov, I. N. Samoilova, B. S. Shcheglov; Education and science of the Russian Federation, the Federal Agency for education, State. educational institution of higher education. professional education "Taganrog state pedagogical. Ying-t." Taganrog, 2007.

6. Research: information, analysis, forecast. Kravchuk P. F., Popov V. V., Lygina N. And. Kopylov V. I., Chirico, O. I., Korovin S. S., Ryndak V. G., Usenko N. And. Lazarev V. A., Nokhrina N. N., Semenchenko I. V., Scheglov B. S., Petrushenko S. A.,

Gritsenko N. In. Ivanov R. P., Kornievskaja L. A., Simonova G. I., Sklyarov I. Yu., Sokolov E. N., Koolina T. A. etc.

Under the General editorship of doctor of philological Sciences, Professor O. I. Kirikov. Voronezh, 2003. Volume 1

7. Popov V. V., Musica O. A., Kiselev S. A., the Concept of transitivity and transformation of society // International journal of applied and fundamental research. -2017.- №1-2.- P. 365-368.

8. Popov V. V., Musica O. A., Timofeyenko, V. A. Contradictions in the context of transitional periods transitional societies // International journal of experimental education. -2016.- № 7-0.- P. 111-114.

9. Popov V. V., Musica O. A., Timofeyenko, V. A., Ukolov A. O. Features of globalization in the context of social synergetics// International journal of applied and fundamental research. -2016.- № 8-2.- P. 307-310.

10. Popov V. V., Scheglov B. S., Loitarenko M. V. the features of an integrated interpretation of probability in the context of the evaluation factors and temporality // Filosofiya Prava.- 2015.- № 2 (69).- P. 23-27.

11. Popov V. V., M. V. Loitarenko/ Social instability in the information society // international journal of applied and fundamental research.- 2014.- № 4.- P. 198-199.

12. Popov V. V. the Concept of the past in the context of historical process// Philosophy of law.- 2010.- № 5.- P. 72-74.

13. Popov V. V., Musica O. A. Specificity of the interval concept of time: experience of conceptualization// International journal of experimental education.- 2015.- №3-1.- Pp. 36-39.

14. Popov V. V., Musica O. A. the Factor of temporality in the context of being a social subject// International journal of experimental education.- 2015.- № 3.- P. 40-43

15. Foucault M. Words and things. The archeology of the Humanities Michel Foucault-SPb., 1994. - 408 p.

VOL.2

№ 7 2018

ISSN 2522-9923

Das Magazin erscheint in der Ukraine. Die Zeitschrift veröffentlicht Artikel aus allen Bereichen der wissenschaftlichen Forschung. Das Magazin erscheint auf Ukrainisch, Englisch, Polnisch und Russisch.

Artikel werden bis zum 15. jeden Monats.

Frequenz: 12 Ausgaben im Jahr.

Format - A4, Farbdruck

Alle Artikel rezensiert

Jeder Autor erhält ein Freiexemplar der Zeitschrift.

Freier Zugang zur elektronischen Version der Zeitschrift.

Senden Sie den Artikel an die Redaktion, der Autor bestätigt seine Einzigartigkeit und übernimmt die volle Verantwortung für die möglichen Folgen für Urheberrechtsverletzungen

Die Redaktion

Chefredakteur **Wjatscheslaw Demidow**

Der wissenschaftliche Beirat

- *Andreev A. A.* - v. und. Dozent des Lehrstuhls für Wärmetechnik x * x * NUK;
- *Irsha Herr* Doktor der historischen Wissenschaften. (Bratislava, Slowakei) ;
- *Khoroshkevych A. L.* Doktor der historischen Wissenschaften (Moskau, Russland) ;
- *Ermolenko C.* Doktor der philologischen Wissenschaften (Kiew. Ukraine) ;
- *In Качкан.* Doktor der philologischen Wissenschaften (Iwano-Frankiwsk, Ukraine) ;
- *Bashnjanyn G. I.*, Doktor der Wirtschaftswissenschaften, Professor, Leiter des Lehrstuhls für Wirtschaftstheorie der Lemberger Gewerbe Akademie;
- *J. M. Barsky*, Doktor der Wirtschaftswissenschaften, Professor, Lutsk nationale technische Universität;
- *Shvets N.G.*, Doktor der Wirtschaftswissenschaften, Professor;
- *Bocharov V. A.*, der Doktor der medizinischen Wissenschaften, Professor, der Odessa Medical Institute des Internationalen humanitären Universität;
- *Waldemar Wójcik*, Doktor der technischen Wissenschaften, Professor, Lubliner öko-University of Technology;
- *Weber A. I.*, Doktor der politischen Wissenschaften, Professor der Kiewer nationalen Taras-Schewtschenko-Universität;
- *Doolin P. G.*, Doktor der philosophischen Wissenschaften, der Nikolaev nationale Universität. V. sukhomlinsky, Leiter der Abteilung für Philosophie;
- *Volzhenceva I. V.*, Doktor der psychologischen Wissenschaften, Professor, Leiter des Lehrstuhls für Psychologie makeevsky Wirtschafts- und Geisteswissenschaften des Instituts.

«Spirit time»

Adresse des Verlages:

"NG Verlag", Dunckerstraße 90 10437 Berlin (Berlin)

E-mail: info@spirit-time.xyz

<http://www.spirit-time.xyz/>