



СибАК
sibac.info

ISSN: 2541-9412

СТУДЕНЧЕСКИЙ научный журнал

выпуск №2(298)

часть 2





Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ

№ 2 (298)
Январь 2025 г.

Часть 2

Издается с марта 2017 года

Новосибирск
2025

УДК 08
ББК 94
С88

Председатель редколлегии:

Дмитриева Наталья Витальевна – д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:

Архипова Людмила Юрьевна – канд. мед. наук;

Бахарева Ольга Александровна – канд. юрид. наук;

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук;

Дядюн Кристина Владимировна – канд. юрид. наук;

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук;

Иванова Светлана Юрьевна – канд. пед. наук;

Корвет Надежда Григорьевна – канд. геол.-минерал. наук;

Королев Владимир Степанович – канд. физ.-мат. наук;

Костылева Светлана Юрьевна – канд. экон. наук, канд. филол. наук;

Ларионов Максим Викторович – д-р биол. наук;

Немирова Любовь Федоровна – канд. техн. наук;

Сүлеймен Ерлан Мэлсұлы – канд. хим. наук, PhD;

Сүлеймен (Касымканова) Райгүл Нұрбекқызы – PhD по специальности «Физика»

Шаяхметова Венера Рюзальевна – канд. ист. наук;

С88 Студенческий: научный журнал. – № 2 (298). Часть 2. Новосибирск: Изд. ООО «СибАК», 2025. – 72 с. – Электрон. версия. печ. публ. – [https://sibac.info/archive/journal/student/2\(298_2\).pdf](https://sibac.info/archive/journal/student/2(298_2).pdf).

Электронный научный журнал «Студенческий» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

ISSN 2541-9412

ББК 94

© ООО «СибАК», 2025 г.

Оглавление

Статьи на русском языке	5
Рубрика «Информационные технологии»	5
ПРИМЕР РАЗРАБОТКИ ЧАСТНОЙ МОДЕЛИ УГРОЗ БЕЗОПАСНОСТИ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ Тиунов Дмитрий Юрьевич	5
Рубрика «Искусствоведение»	12
ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ЛИНЕЙНО-КОНСТРУКТИВНОЙ ПЕРСПЕКТИВЫ Барминцева Софья Павловна Кормина Елена Яковлевна	12
ОБРАЗЫ БОГАТЫРЕЙ В ИЛЛЮСТРАТИВНОЙ ГРАФИКЕ Кускова Арина Владимировна	15
ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНИКИ НИТКОГРАФИЯ ПРИ СОЗДАНИИ ДЕКОРАТИВНОГО ПАННО Пислегина Аделина Сергеевна Кормина Елена Яковлевна	17
Рубрика «История»	19
ВОЙНЫ, КАК ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ПЕРЕХОДА ЯПОНИИ ОТ ЖЕСТКОЙ СИЛЫ К МЯГКОЙ В XX ВЕКЕ Астахова Дарья Федоровна Ким Александр Алексеевич	19
КУЛЬТУРЫНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ЯПОНИИ ПОСЛЕ ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ Кулакова Виктория Сергеевна Смирнова Наталья Сергеевна	22
Рубрика «Лингвистика»	25
ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ Булгакова Юлия Николаевна	25
КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ Булгакова Юлия Николаевна	27
РЕФЕРИРОВАНИЕ ТЕКСТА: ТРУДНОСТИ И СТРАТЕГИИ Булгакова Юлия Николаевна	29
НАИМЕНОВАНИЯ АНОМАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ И ЯВЛЕНИЙ В ПОВЕСТИ А. И Б. СТРУГАЦКИХ «ПИКНИК НА ОБОЧИНЕ» И В ФИЛЬМЕ А. ТАРКОВСКОГО «СТАЛКЕР» Вологин Глеб Борисович Иванов Олег Борисович	31
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА ПЕСНИ «КРЫЛЬЯ» (ГРУППА «НАУТИЛУС») ПО МЕТОДУ Ю.М. ЛОТМАНА Горбаченко Дмитрий Дмитриевич Еремин Александр Николаевич	35

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ В СОСТАВЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ОБОРОТОВ	38
Седнева Валерия Юрьевна Понамарева Анастасия Николаевна Плахотнюк Людмила Алексеевна	
«ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ ЖИВОГО ВЕЛИКОРУССКОГО ЯЗЫКА» В.И. ДАЛЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ МЕНТАЛЬНОГО ДУХА ЯЗЫКА, НАРОДА, КУЛЬТУРЫ	42
Пожидаева Дарья Алексеевна Пономарева Татьяна Александровна	
АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ ИНТЕРВЬЮ В МЕЖДУНАРОДНЫХ IT-КОМПАНИЯХ	46
Тимощук Майя Валерьевна Корухова Людмила Владимировна	
ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА (НА ПРИМЕРЕ СЛОГАНОВ КОМПАНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ)	48
Шевчук Евгения Валерьевна Еремин Александр Николаевич	
Рубрика «Литературоведение»	50
СВАДЕБНЫЙ МОТИВ В ПОВЕСТИ ШОЛОМ-АЛЕЙХЕМА «ТЕВЬЕ-МОЛОЧНИК»	50
Ермакова Елена Васильевна Александрова-Осокина Ольга Николаевна	
ИСТОКИ ОБРАЗА НИМФЕТКИ В РАННЕМ ТВОРЧЕСТВЕ В.В. НАБОКОВА: “КАМЕРА ОБСКУРА”	54
Ермоленко Анастасия Андреевна	
Рубрика «Маркетинг»	58
МАРКЕТИНГ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ НА КИТАЙСКОМ РЫНКЕ	58
Ван Сай	
РАЗВИТИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ SMM НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	61
Чумакова Софья Александровна Чернышева Анна Михайловна	

СТАТЬИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

РУБРИКА

«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

ПРИМЕР РАЗРАБОТКИ ЧАСТНОЙ МОДЕЛИ УГРОЗ БЕЗОПАСНОСТИ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Тиунов Дмитрий Юрьевич

студент,

факультет Информационных технологий,

Московский финансово-промышленный

университет «Синергия»,

РФ, г.Москва

E-mail: [tiunov713 @rambler.ru](mailto:tiunov713@rambler.ru)

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена созданию частной модели угроз безопасности персональных данных на примере предполагаемой воображаемой информационной системы, содержащей персональные данные (далее она будет называться «ВИС»).

Таблица 1.

Специальные сокращения

Сокращение	Определение
АРМ	Автоматизированное рабочее место
БД	База данных
ВИС	Воображаемая информационная система
ВИСЗ	Воображаемая информационная система на стороне заказчика
ИС	Информационная система
ИСПДн	Информационная система персональных данных
ЛВС	Локальная вычислительная сеть
ПДн	Персональные данные
ПК	Персональный компьютер
ПО	Программное обеспечение
СУБД	Система управления базами данных
ФСТЭК	Федеральная служба по техническому и экспортному контролю
BIOS	basic input/output system (базовая система ввода-вывода)
VPN	virtual private network (виртуальная частная сеть)

Описание ВИС

Описание воображаемой информационной системы необходимо для четкого понимания того, что она из себя представляет. Также важен аспект того, что будет составлена модель угроз безопасности для подобного рода базы данных. Как правило информация, связанная с компонентами системы, протоколами доступа, используемыми портами и подобными составляющими содержится в документах с описанием архитектуры ИС, руководстве системного

администратора или же в документации к конкретному ПО. В случае отсутствия актуальной документации необходимо обратиться к системным администраторам информационной системы для сбора требуемых данных.

Для того, чтобы в полной мере описать ВИС требуется ответить на два вопроса: «Что является целью обработки персональных данных в рассматриваемой ИС?» и «Каковы условия их использования?»

Попробуем представить себе, что мы работаем в некоей компании ООО «Рога и копыта». Наша компания является подрядчиком, выполняющим работы по администрированию учетных записей ИС, расположенной на серверах заказчика. Назовём её ВИСЗ (воображаемая информационная система заказчика). Сотрудникам нашей компании, которые выполняют описанные выше работы, были предоставлены учетные записи для доступа к сети VPN ВИСЗ. Доступ к VPN возможен только из офиса ООО «Рога и копыта». В данном контексте, персональными данными будет являться информация о пользователях, хранящиеся внутри ВИСЗ. Но это не отменяет того факта, что мы создаём модель угроз безопасности для ИС находящейся в офисе компании ООО «Рога и копыта» (она же просто ВИС), а не для ВИСЗ.

Исходя из вышеперечисленного, ответ на первый вопрос можно записать в следующей форме:

Целью обработки персональных данных (далее ПДн) является выполнение работ по администрированию учетных записей ВИСЗ. Субъектами, допущенными к ПДн, являются сотрудники компании ООО «Рога и копыта», принимающие непосредственное участие в выполнении этих работ. К обрабатываемым ПДн относится информация о пользователях ВИСЗ. Обработка ПДн включает в себя действия по систематизации, изменению, извлечению, предоставлению доступа и удалению учетных записей пользователей.

Формы представления персональных данных

Далее необходимо описать какую форму могут принимать персональные данные внутри ВИС. Исходя из описания ВИС, мы предполагаем, что персональные данные могут принимать следующую форму:

- *Акустическую (в момент обсуждения конфиденциальной информации сотрудниками компании);*
- *Видовую (в момент отображения информации на устройствах вывода таких как монитор ПК или принтер);*
- *Циркулирующую в ВИС, в виде электрических, электромагнитных, оптических сигналов;*
- *Обрабатываемую в ВИС, представленную в виде бит, байт, IP-протоколов, файлов и других логических структур.*

Структура ВИС

В данном разделе необходимо составить письменное и схематическое описание компонентов ВИС, а также описать используемые ей каналы связи. Далее, на основе полученной информации, необходимо определить тип ИС, которому соответствует описываемая нами воображаемая информационная система. Это может быть один из следующих типов:

- ИС на базе автономного автоматизированного рабочего места (АРМ);
- ИС на базе АРМ, подключенного к сети общего пользования (к сети международного информационного обмена);
- ИС на базе локальных информационных систем без подключения к сети общего пользования (к сети международного информационного обмена);
- ИС на базе локальных информационных систем с подключением к сети общего пользования (к сети международного информационного обмена);
- ИС на базе распределенных информационных систем без подключения к сети общего пользования (к сети международного информационного обмена);
- ИС на базе распределенных информационных систем с подключением к сети общего пользования (к сети международного информационного обмена).

Информацию о структуре ВИС можно найти в документах, связанных с описанием архитектуры или у системного администратора.

В нашем примере мы будем использовать следующую структуру:

Структура ВИС компании «Рога и копыта» включает в себя следующие компоненты:

- АРМ сотрудников;
- Прикладное ПО;
- ЛВС;
- Беспроводные точки доступа;
- Шлюз с межсетевым экраном;
- VPN-канал.

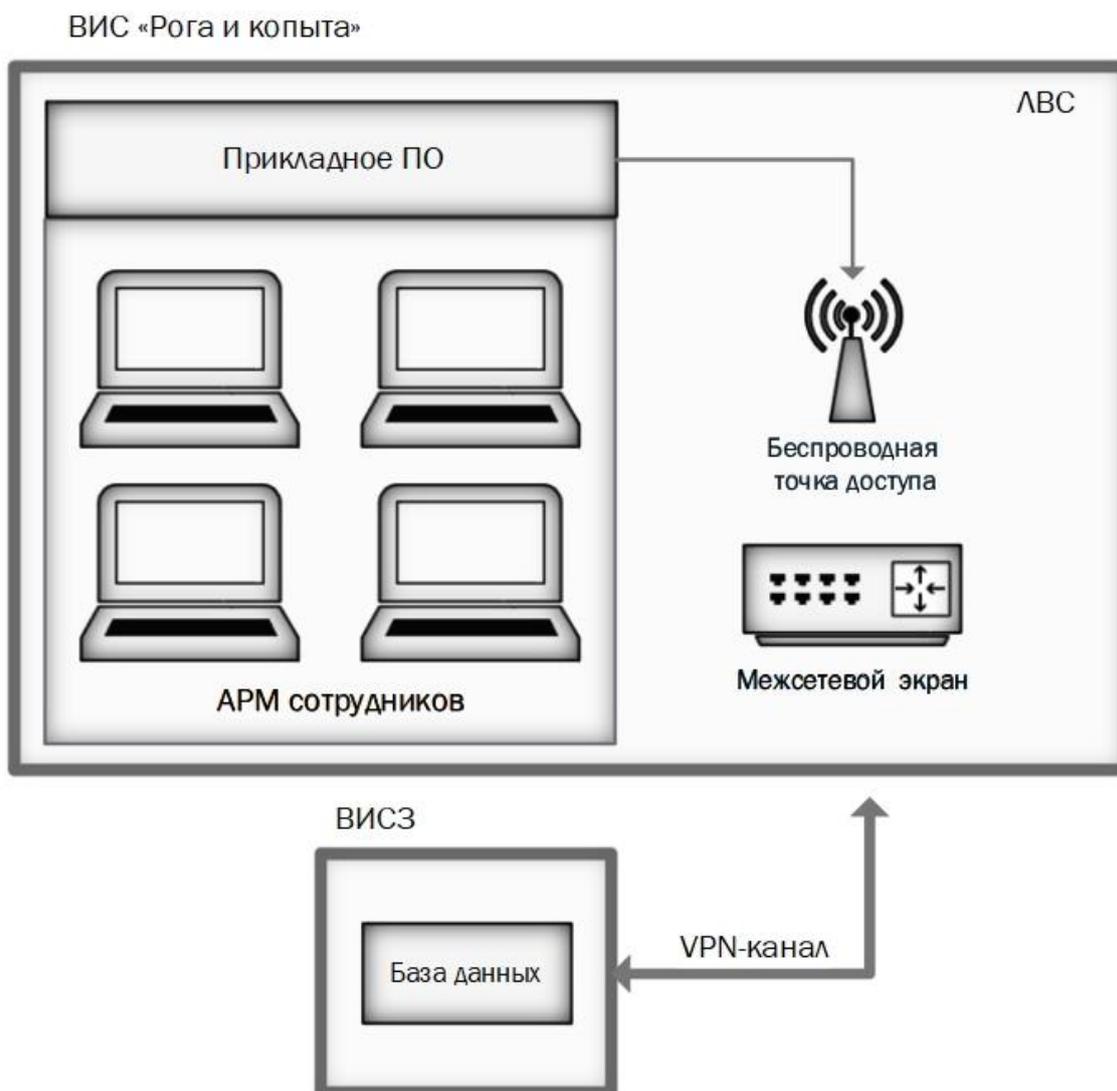


Рисунок 1. Схематическое изображение структуры ВИС

Таблица 2.

Каналы связи, используемые в ВИС компании «Рога и копыта»

Источник сигнала	Канал связи	Приемник сигнала
АРМ	Радиоволновой	Беспроводная точка доступа
Беспроводная точка доступа	Кабельный	Шлюз
Шлюз	Кабельный	Интернет

Таблица 3.

Прикладное ПО используемое при обработке ПДн

Тип ПО	Протокол	Назначение
VPN-клиент	TCP/IP	Создание виртуальной сети поверх сети Интернет с целью обеспечения безопасного соединения между ВИС компании «Рога и копыта» и ВИСЗ
Клиент БД	PGSQL	Обеспечивает доступ к СУБД внутри ВИСЗ

Вывод: на основании того, что воображаемая информационная система «Рога и копыта» включает в себя множество АРМ, в форме ПК с набором прикладного ПО, объединенных ЛВС с доступом к сети Интернет, ее можно отнести к типу ИСПДн на базе локальных информационных систем с подключением к сети общего пользования (к сети Интернет).

Субъекты доступа ВИС

В этом разделе определяем перечень субъектов доступа, допущенных к обработке персональных данных внутри ВИСЗ. В нашем случае это будут сотрудники, которым были выданы учетные записи VPN.

Таблица 4.

Субъекты доступа, допущенные к ВИСЗ

Субъект доступа	Объект доступа ВИСЗ	Права доступа
Администратор БД	СУБД	Создание, изменение, удаление записей БД; Просмотр журналов событий

Уровень исходной защищенности ВИС

Следующим шагом будет определение исходной защищенности ВИС. Для этого необходимо в таблице «Показатели исходной защищенности ИСПДн» выделить только те пункты, которые актуальны для рассматриваемой авторами статьи системы. Полную версию таблицы можно найти в «Консультант плюс» или в статье «Определение исходного уровня защищенности ИСПДн» на портале ФСТЭК [1]. Наша ВИС соответствует показателям защищенности, представленным в таблице № 5.

Таблица 5.

Показатели исходной защищенности ВИС

Технические и эксплуатационные характеристики ВИС	Уровень защищенности		
	Высокий	Средний	Низкий
1. По территориальному размещению:			
• локальная ИСПДн, развернутая в пределах одного здания	+		
2. По наличию соединения с сетями общего пользования:			
• ИСПДн, имеющая одноточечный выход в сеть общего пользования		+	
3. По встроенным (легальным) операциям с записями баз персональных данных:			
• чтение, поиск, запись, удаление, сортировка, модификация, передача			+
4. По разграничению доступа к персональным данным:			
• ИСПДн, к которой имеют доступ все сотрудники организации, являющейся владельцем ИСПДн			+

Технические и эксплуатационные характеристики ВИС	Уровень защищенности		
	Высокий	Средний	Низкий
5. По наличию соединений с другими базами ПДн иных ИСПДн:			
• интегрированная ИСПДн (организация использует несколько баз ПДн внутри ИСПДн, при этом организация не является владельцем всех используемых баз ПДн)			+
6. По уровню обобщения (обезличивания) ПДн:			
• ИСПДн, в которой предоставляемые пользователю данные не являются обезличенными (т.е. присутствует информация, позволяющая идентифицировать субъекта ПДн)			+
7. По объему ПДн, которые предоставляются сторонним пользователям ИСПДн без предварительной обработки:			
• ИСПДн, предоставляющая часть ПДн;		+	

Согласно правилам определения исходного уровня защищенности информационной системы персональных данных исходный уровень защищенности определяется следующим образом:

1. ИСПДн имеет высокий уровень исходной защищенности в том случае, если не менее 70 % характеристик информационной системы персональных данных соответствуют уровню «высокий» (суммируются положительные решения по первому столбцу, соответствующему высокому уровню защищенности), а остальные – среднему уровню защищенности (положительные решения по второму столбцу).

2. ИСПДн имеет средний уровень исходной защищенности, если не выполняются условия по пункту 1 и не менее 70 % характеристик ИСПДн соответствуют уровню не ниже «средний» (берется отношение суммы положительных решений по второму столбцу, соответствующему среднему уровню защищенности, к общему количеству решений), а остальные – низкому уровню защищенности.

3. ИСПДн имеет низкую степень исходной защищенности, если не выполняются условия по пунктам 1 и 2.

На основании этих условий записываем вывод следующим образом:

На основании показателей, приведенных в **Ошибка! Источник ссылки не найден.**, предполагается, что воображаемая информационная система имеет низкую степень исходной защищенности. Таким образом, при составлении перечня актуальных угроз безопасности персональных данных, следует учитывать, что числовой коэффициент исходной защищенности ИСПДн (Y1) равен 10.

Актуальные угрозы безопасности ВИС

Последний этап является самым трудоемким, поскольку необходимо учесть список всех угроз безопасности в банке данных угроз ФСТЭК [2] и определить актуальность каждой угрозы. Алгоритм определения актуальности, следующий:

1. Внимательно читаем, что представляет из себя угроза безопасности;
2. Определяем вероятность её реализации. Исходя из следующих условий:
 - маловероятно – отсутствуют объективные предпосылки для осуществления угрозы (например, угроза хищения носителей информации лицами, не имеющими легального доступа в помещение, где последние хранятся);
 - низкая вероятность – объективные предпосылки для реализации угрозы существуют, но принятые меры существенно затрудняют ее осуществление (например, использованы соответствующие средства защиты информации);
 - средняя вероятность – объективные предпосылки для реализации угрозы существуют, но принятые меры обеспечения безопасности ПДн недостаточны;
 - высокая вероятность – объективные предпосылки для реализации угрозы существуют, и меры по обеспечению безопасности ПДн не приняты.

3. Определяем коэффициент Y_2 как 0 – для маловероятной угрозы;
2 – для низкой вероятности угрозы;
5 – для средней вероятности угрозы;
10 – для высокой вероятности угрозы.
4. Высчитываем коэффициент Y по формуле:

$$Y = (Y_1 + Y_2) / 20$$

где Y_1 равен числовому коэффициенту исходной защищенности ВИС, который мы определили в предыдущем разделе.

5. Определяем реализуемость угрозы на основе полученного Y коэффициента:
 - если $0 \leq Y \leq 0,3$, то возможность реализации угрозы признается низкой;
 - если $0,3 < Y \leq 0,6$, то возможность реализации угрозы признается средней;
 - если $0,6 < Y \leq 0,8$, то возможность реализации угрозы признается высокой;
 - если $Y > 0,8$, то возможность реализации угрозы признается очень высокой.
 6. Определяем показатель опасности на основе следующих утверждений:
 - низкая опасность – если реализация угрозы может привести к незначительным негативным последствиям для субъектов персональных данных;
 - средняя опасность – если реализация угрозы может привести к негативным последствиям для субъектов персональных данных;
 - высокая опасность – если реализация угрозы может привести к значительным негативным последствиям для субъектов персональных данных.
 7. В заключении необходимо определить актуальность угрозы. Основные правила отнесения угрозы для безопасности ПДн к актуальным:
 - если возможность реализации угрозы низкая и показатель опасности угрозы низкий, то угроза безопасности ПДн определяется как неактуальная;
 - если возможность реализации угрозы низкая и показатель опасности угрозы средний, то угроза безопасности ПДн определяется как неактуальная;
 - если возможность реализации угрозы средняя и показатель опасности угрозы низкий, то угроза безопасности ПДн определяется как неактуальная;
 - если не выполняются условия вышеперечисленных пунктов, то угроза безопасности ПДн определяется как актуальная.
- Ниже представлен демонстрационный пример таблицы с несколькими угрозами безопасности. Реальная таблица должна содержать перечень всех угроз безопасности.

Таблица 6.

Пример таблицы угроз безопасности

Номер угрозы	Y_1	Вероятность реализации	Y_2	Y	Реализуемость угрозы	Показатель опасности	Актуальность
<i>Угроза использования слабостей криптографических алгоритмов и уязвимостей в программном обеспечении их реализации:</i>							
003	10	низкая	2	0.6	средняя	низкий	неактуальная
<i>Угроза внедрения вредоносного кода в BIOS:</i>							
005	10	маловероятно	0	0.5	средняя	низкий	неактуальная
<i>Угроза внедрения кода или данных:</i>							
006	10	высокая	10	1	очень высокая	низкий	актуальная
<i>Угроза воздействия на программы с высокими привилегиями:</i>							
007	10	низкая	2	0.6	средняя	низкий	неактуальная

Номер угрозы	У1	Вероятность реализации	У2	У	Реализуемость угрозы	Показатель опасности	Актуальность
<i>Угроза восстановления и/или повторного использования аутентификационной информации:</i>							
008	10	низкая	2	0.6	средняя	низкий	неактуальная
<i>Угроза восстановления предыдущей уязвимой версии BIOS:</i>							
009	10	маловероятно	0	0.5	средняя	низкий	неактуальная
<i>Угроза деавторизации санкционированного клиента беспроводной сети:</i>							
011	10	средняя	5	0.75	высокая	низкий	актуальная

Итоговым результатом документа является таблица, в которой содержатся только актуальные угрозы безопасности.

На основании показателей анализа угроз безопасности, представленных в Таблице 6, для воображаемой информационной системы компании «Рога и копыта» актуальными являются угрозы, представленные в таблице № 7.

Таблица 7.

Актуальные угрозы безопасности

Номер угрозы	Название
006	<i>Угроза внедрения кода или данных</i>
011	<i>Угроза деавторизации санкционированного клиента беспроводной сети</i>

Список литературы:

1. Определение исходного уровня защищенности ИСПДн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fstec21.blogspot.com/2017/09/determination-level-security.html> (дата обращения: 12.12.2024).
2. Банк данных угроз ФСТЭК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bdu.fstec.ru/threat> (дата обращения: 12.12.2024).

РУБРИКА

«ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ»

ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ЛИНЕЙНО-КОНСТРУКТИВНОЙ ПЕРСПЕКТИВЫ

Барминцева Софья Павловна

студент,

кафедра социального-художественного образования,

Сургутский государственный педагогический университет,

РФ, г. Сургут

E-mail: sofabartleletko@gmail.com

Кормина Елена Яковлевна

научный руководитель, канд. пед. наук, доц.,

Сургутский государственный педагогический университет,

РФ, г. Сургут

THE CONCEPT AND FEATURES OF LINEAR CONSTRUCTIVE PERSPECTIVE

Sofya Barmintseva

Student,

Department of Social and Artistic Education,

Surgut state pedagogical University,

Russia, Surgut

Elena Kormina

Scientific supervisor, candidate

of Sciences in pedagogics, associate professor,

Surgut state pedagogical University,

Russia, Surgut

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена понятию линейно-конструктивной перспективы, которая представляет собой ключевой метод в изобразительном искусстве, позволяющий создавать иллюзию глубины и трехмерности на плоских поверхностях.

ABSTRACT

The article is devoted to the concept of linear constructive perspective, which is a key method in visual art that allows creating the illusion of depth and three-dimensionality on flat surfaces.

Ключевые слова: перспектива; линейно-конструктивная перспектива; дизайн; архитектура; точки схода; горизонтальные линии; педагогика.

Keywords: perspective; linear-constructive perspective; design; architecture; vanishing points; horizontal lines; pedagogy.

Линейно-конструктивным называют такой рисунок, в котором наиболее важными являются качества верной передачи геометрии и взаимосвязи частей какого-либо предмета, то есть конструкции. С учебной целью конструкция предмета передается условно линией так, будто

предмет прозрачен. Такой прием позволяет отвлечься от второстепенных качеств, сосредоточиться на форме и тренировать пространственное воображение.

Основные принципы линейно-конструктивной перспективы:

1. Точки схода: в линейной перспективе используется одна или несколько точек схода на горизонте, к которым сходятся параллельные линии (например, линии, образующие края зданий или дорожек). Когда объект удаляется от зрителя, его размеры исчезают в этой точке.

2. Горизонтальная линия: это воображаемая линия, соответствующая уровню глаз наблюдателя. Она может располагаться на поверхности картины и служит основой для размещения точек схода.

3. Перспективные линии: распределяются в работе и направляются к точке схода. Эти линии помогают передать уменьшение размера объектов и их искажение по мере удаления от наблюдателя. Чем дальше объект находится от зрителя, тем меньше он выглядит и тем ближе к точке схода совпадают его линии.

4. Изменение размера: объекты, находящиеся ближе к наблюдателю, выглядят больше, чем те, которые находятся дальше. Этот принцип позволяет создать объекты с определенной иерархией в пространстве.

5. Подобие и пропорции: художник должен учитывать пропорции объекта в пространстве. Например, если перед вами стоят два одинаковых предмета, но один из них находится ближе, художник должен изобразить его больше, а другой меньше.

Линейно-конструктивная перспектива – это художественный метод, который используется для создания иллюзии трехмерного пространства на двумерной поверхности. Она основывается на определенных правилах и принципах, которые регулируют, как объекты должны быть размещены и изображены на плоскости, чтобы создать ощущение глубины и расстояния.

Оптические законы восприятия – это принципы, описывающие то, как человек воспринимает визуальную информацию. Они исследуют, как глаз и мозг обрабатывают зрительные сигналы и как эти сигналы влияют на наше понимание объектов, пространства и цвета.

- перспектива: относится к восприятию глубины и расстояния, но включает в себя не только линейную, но и атмосферную перспективу;
- контраст и цвет: как восприятие цвета и яркости объектов влияет на нашу интерпретацию их расстояния и величины;
- группировка: Наша способность воспринимать элементы как единое целое, основанная на их позиции, форме и других характеристиках;
- объем и форма: как тени, освещение и текстура влияют на восприятие трехмерности объектов.

В итоге, линейно-конструктивная перспектива можно рассматривать как конкретный инструмент внутри более широкого контекста, описанного оптическими законами восприятия.

Линейно-конструктивная перспектива используется в широком спектре художественной практики, включая:

- Живопись: для создания реалистичных пейзажей, сцен из жизни и архитектурных композиций.
- Графика: в черно-белых рисунках и иллюстрациях для передачи объема и глубины.
- Архитектура: при проектировании зданий, чтобы показать, как они будут выглядеть в пространстве.
- Дизайн: в различных областях, включая графический дизайн и промышленный дизайн.

Линейно-конструктивная перспектива является основополагающим элементом в развитии искусства, формируя представление о пространстве и глубине на плоской поверхности. Это знание позволяет художникам создавать более убедительные и выразительные произведения.

Список литературы:

1. Денисов, Д.В. Основы конструктивных построений в академическом рисунке / Д.В. Денисов – . – Волгоград: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет», 2018 – 29 с.
2. Зорин Л.Н. Рисунок [Электронный ресурс] : учеб. для вузов / Л.Н. Зорин. – СанктПетербург : Лань : Планета музыки, 2013. – 104 с. – (ЭБС "Лань").
3. Милованкина Н.С. «Основы линейно-конструктивного рисунка» / Милованкина Н.С. [Электронный ресурс] // multiurok : [сайт]. – URL: <https://multiurok.ru/files/metodicheskaiarazrabotka-osnovy-lineino-konstrukt.html> (дата обращения: 28.11.2024).

ОБРАЗЫ БОГАТЫРЕЙ В ИЛЛЮСТРАТИВНОЙ ГРАФИКЕ

Кускова Арина Владимировна

*студент,
кафедра изобразительного искусства
и дополнительного образования,
Новосибирский Государственный
Педагогический Университет,
РФ. г. Новосибирск
E-mail: arinakuskova508508@gmail.com*

IMAGES OF BOGATYRS IN ILLUSTRATIVE GRAPHICS

Arina Kuskova

*Student,
Department of Fine Arts and Additional Education,
Novosibirsk State Pedagogical University,
Russia, Novosibirsk,*

АННОТАЦИЯ

Богатырские образы представляют собой важную часть русского культурного наследия, позволяя глубже понять исторические и культурные традиции страны. Изучение этой темы способствует анализу влияния советской идеологии на искусство и литературу. Образы богатырей использовались для формирования патриотических настроений и идеалов социалистического человека, что делает их значимыми для исследования социокультурного контекста того времени. Более того образы богатырей продолжают вызывать интерес уже долгое время. Они становятся символами силы, мужества и стойкости, актуализируя темы борьбы за справедливость и защиту родины. Кроме того, исследование советской иллюстративной графики позволяет проследить эволюцию художественных стилей и подходов, что важно для понимания развития русского искусства в XX веке. Это может служить основой для новых исследований и творческих проектов в области графики и иллюстрации.

ABSTRACT

Heroic images represent an important part of the Russian cultural heritage, allowing for a deeper understanding of the historical and cultural traditions of the country. The study of this topic contributes to the analysis of the influence of Soviet ideology on art and literature. The images of heroes were used to form patriotic sentiments and ideals of a socialist person, which makes them significant for the study of the socio-cultural context of that time. Moreover, the images of heroes have continued to arouse interest for a long time. They become symbols of strength, courage and perseverance, actualizing the themes of the struggle for justice and the protection of the motherland. In addition, the study of Soviet illustrative graphics allows us to trace the evolution of artistic styles and approaches, which is important for understanding the development of Russian art in the 20th century. This can serve as a basis for new research and creative projects in the field of graphics and illustration.

Ключевые слова: иллюстративная графика; богатыри; иллюстрация; былины; советская иллюстрация; образы богатырей.

Keywords: illustrative graphics; heroes; illustration; epics; Soviet illustration, images of heroes.

Иллюстрация былин берет свое начало в далекой древности. На протяжении тысячи лет, былины были неотъемлемой частью жизни русского народа. Они хранили информацию о происходящих событиях, развлекали и воспевали собой героев.

Одной из основной темой былин были богатыри. Богатырями называли мужчин большого роста и крепкого телосложения. Богатыри отличались необычайной силой, смелостью,

удалью, мужеством и острым умом. Для всех людей эти герои являлись защитниками Родины, честными воинами и символом патриотизма. Несмотря на то, что все богатыри схожи между собой обладанием силы, каждый из них индивидуален и наделён особенными качествами и способностями.

Советская иллюстративная графика активно использовала богатырские образы для формирования нового идеала человека. В условиях социалистической реальности богатырь стал символом трудового подвига и коллективизма. Художники стремились отразить в своих работах не только физическую силу, но и нравственное величие героев, которые боролись за справедливость и защищали родину.

В 1930-е годы, в эпоху становления советской власти, богатырские образы стали особенно популярны. Иллюстрации к сказкам и былинам использовались в учебниках, детских книгах и периодической печати. Художники, такие как Борис Дедов, создавали яркие и динамичные образы, подчеркивающие героизм и стойкость богатырей. Эти иллюстрации не только развлекали детей, но и воспитывали в них патриотические чувства.

Не менее важным аспектом является использование богатырских образов в плакатах и агитационных материалах. В годы Великой Отечественной войны образы богатырей использовались для поднятия морального духа народа. Художники создавали плакаты с изображением богатырей, которые защищали свою землю от врагов, что способствовало формированию образа защитника Отечества.

С течением времени образы богатырей в советской иллюстративной графике начали эволюционировать. Художники стали более экспериментировать с формами и стилями, вводя элементы модернизма и абстракции. Тем не менее, идеи о силе, мужестве и справедливости оставались центральными. Это позволило сохранить связь с традицией, но при этом адаптировать образы к современным реалиям.

В наше время принято выделять две основные категории богатырей: старших и младших. Такое деление основано и на особенностях образов богатырей и на отличиях в сюжетах былин.

К первой группе относятся герои, олицетворяющие природные явления, которые являются грозными и опасными для обычных людей. Среди наиболее известных можно отметить Святогора, Микулу Селяниновича, Вольгу Святославича.

Ко второй группе относят таких известных богатырей, как Илью Муромца, Добрыню Никитича и Алёшу Поповича.

Таким образом, образы богатырей в советской иллюстративной графике представляют собой уникальное явление, которое отражает как культурные, так и идеологические изменения в обществе. Эти героические фигуры стали символами не только прошлого, но и будущего, вдохновляя новые поколения на подвиги и достижения. Через иллюстративное искусство богатырские образы продолжают жить, передавая идеи о доблести и патриотизме, которые по-прежнему актуальны в современном мире.

Список литературы:

1. Чегодаева М.А. Пути и итоги: Русская советская художественная иллюстрация 1945 – 1980 гг. – М.: Книга, 1989. – 239 с., ил.
2. Кошкина О.Ю. Иллюстрация: визуальное отражение основной идеи литературного произведения. Статья. // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. Выпуск № 36. 2014. – С. 117-129.
3. Русские былинные богатыри / Рисунки художника А.П. Рябушкина. – С.-Петербург : Книгоиздательство Герман Гоппе, ценз. 1895. – 8 с., 10 л. ил.

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНИКИ НИТКОГРАФИЯ ПРИ СОЗДАНИИ ДЕКОРАТИВНОГО ПАННО

Пислегина Аделина Сергеевна

*студент,
кафедра социального-
художественного образования,
Сургутский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Сургут
E-mail: sofabartleletko@gmail.com*

Кормина Елена Яковлевна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доц.,
Сургутский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Сургут*

THE USE OF THE TECHNIQUE OF THREAD PRINTING WHEN CREATING DECORATIVE PANELS

Adelina Pislegina

*Student,
Department of Social and Artistic Education,
Surgut state pedagogical University,
Russia, Surgut*

Elena Kormina

*Scientific supervisor, candidate
of Sciences in pedagogics, associate professor,
Surgut state pedagogical University,
Russia, Surgut*

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию техники ниткографии и её применению в создании декоративного панно. Рассматривается история возникновения ниткографии, основные принципы её исполнения, а также образовательные аспекты применения данной техники на уроках изобразительного искусства. В результате исследования выявлены преимущества использования ниткографии в художественном образовании и её влияние на развитие творческих и моторных навыков учащихся

ABSTRACT

The article is devoted to the study of the technique of thread printing and its application in the creation of decorative panels. The article examines the history of thread printing, the basic principles of its execution, as well as the educational aspects of using this technique in art lessons. The study revealed the advantages of using thread printing in art education and its impact on the development of students' creative and motor skills.

Ключевые слова: декоративное панно; ниткография; художественная техника; декоративно – прикладное искусство; педагогика.

Keywords: decorative panels; thread printing; art technique; decorative and applied arts; pedagogy.

Декоративное панно – это важный элемент визуального искусства, используемый для оформления интерьеров и передачи художественных идей. Среди множества техник, применяемых для создания декоративных панно, заметное место занимает ниткография. Эта техника, основанная на использовании ниток и текстильных материалов, представляет собой уникальный метод, позволяющий создавать выразительные и текстурированные композиции. Целью данной статьи является анализ применения техники ниткографии в учебном процессе и её влияние на творческое развитие учащихся.

Ниткография как художественная техника имеет долгую историю, восходящую к древним цивилизациям, где использование текстильных материалов в декоративном искусстве уже имело место. В течение века ниткография эволюционировала, впитывая в себя элементы различных культур и традиций. В XX веке техника получила новый импульс развития в связи с ростом интереса к декоративно-прикладному искусству и текстильному дизайну, что сделало её актуальной и в современных образовательных практиках.

Техника ниткографии основывается на нескольких ключевых принципах:

1. Композиция

Композиция панно предполагает использование различных форм и размеров нитей, располагаемых в пространстве с учетом баланса и пропорций. Элементы должны сочетаться между собой, создавая единую целостную картину.

2. Цвет и текстура

Выбор ниток различной толщины и фактуры позволяет создавать многослойные текстурированные работы. Использование цветового контраста и сочетания текстур enhances the visual appeal of the finished piece.

3. Формы и линии

Применение геометрических и органических форм, а также использование линий для создания движения и направления заключаются в основе успешных работ в технике ниткографии.

Ниткография имеет множество преимуществ в образовательном контексте:

1. Развитие творческих навыков

Процесс создания панно способствует развитию творческого мышления учащихся, позволяя им экспериментировать с формами, цветом и фактурами.

2. Развитие моторики

Работа с нитками и иглой тренирует мелкую моторику, развивает координацию и терпение, что является важным для младших школьников.

3. Командная работа

Выполнение проектов в группах способствует развитию коммуникационных навыков и умений работать в команде. Совместная работа над панно стимулирует обмен идеями и творческое сотрудничество.

Примеры использования ниткографии в декоративных панно

В качестве примера можно рассмотреть проекты учащихся, которые создавали панно на темы природы, абстракции и культурных традиций. Работы показали, что использование ниткографии помогает достигать высоких художественных стандартов, а также выявляет индивидуальные творческие способности участников.

Техника ниткографии, используемая при создании декоративного панно, является эффективным инструментом в обучении изобразительному искусству. Она помогает развивать как художественные, так и моторные навыки, прививая учащимся любовь к творческому самовыражению. Ниткография объединяет в себе элементы традиционного и современного искусства, позволяя каждому ученику передать свою индивидуальность через творчество.

Список литературы:

1. Зосимова Н.Е. Техника "ниткография" в декоративном искусстве. // Избранные материалы ежегодной конференции по современному искусству, 2015
2. Коваль И.А. Творчество и техника: Как развивать творческие способности детей через искусство // "Гармония", 2018
3. Левина Т.С. Основы ниткографии: от традиций к современности. // "Искусство и образование", 2020

РУБРИКА
«ИСТОРИЯ»

**ВОЙНЫ, КАК ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ПЕРЕХОДА ЯПОНИИ
ОТ ЖЕСТКОЙ СИЛЫ К МЯГКОЙ В XX ВЕКЕ**

Астахова Дарья Федоровна

студент,

*кафедра международных отношений и права,
Владивостокский государственный университет,*

РФ, г. Владивосток

E-mail: dasha.astakh@gmail.com

Ким Александр Алексеевич

научный руководитель, канд. ист. наук, доц.,

Владивостокский государственный университет,

РФ, г. Владивосток

**REASONS FOR JAPAN'S TRANSITION FROM HARD POWER
TO SOFT POWER IN THE XX CENTURY**

Daria Astakhova

Student,

Department of International Relations and Law,

Vladivostok State University,

Russia, Vladivostok

Alexander Kim

Scientific supervisor, candidate

of historical sciences, associate professor,

Vladivostok State University,

Russia, Vladivostok

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу войн, которые поспособствовали переходу Японии от жесткой силы к мягкой. На основе поиска выявлены наиболее яркие примеры, которые послужили основой для смены политики Японии.

ABSTRACT

The article is devoted to the analysis of wars that contributed to Japan's transition from hard power to soft power. Based on the search, the most striking examples were identified that served as the basis for a change in Japanese policy.

Ключевые слова: Япония, мягкая сила, жесткая сила, Вторая Мировая война, политика, XX век.

Keywords: Japan, soft power, hard power, World War II, politics, 20th century.

Переход Японии от жесткой силы к мягкой в 20 веке – это сложный и многогранный процесс, который был обусловлен множеством исторических, социальных и политических

факторов. И одной из самых важных причин является историческая, связанная с тем, что в начале XX века Япония была агрессивным милитаристическим государством, но в то же время был случай, когда жесткая сила не принесла столько же, сколько забрала ресурсов и таким примером является Русско-Японская война 1904-1905 годов. А также поражение страны во Второй мировой войне сыграло одну из ключевых ролей на изменение предпочитаемого пути с жесткой силы на мягкую.

Если говорить о Русско-Японской войне, то можно сказать, что отчасти всё началось с того, что японцы были обеспокоены влиянием России в регионе со времен Первой японо-китайской войны 1895 года, так как Россия оказывала дипломатическую поддержку династии Цин в Китае во время конфликта, в ходе которого две азиатские державы столкнулись друг с другом. Поэтому японцы изначально искали варианты сделки, предлагая уступить контроль над Маньчжурией, где по условиям Япония сохранила бы влияние на Корею. Однако Россия отклонила предложение, что послужило поводом для начала Русско-Японской войны, в ходе которой Япония вышла победителем несмотря на то, что эта война являлась сложной, так как на суше обе стороны несли большие потери, во многом благодаря японскому флоту, который потопил все корабли российского Тихоокеанского флота и взял под контроль главную русскую военно-морскую базу в Азии- Порт-Артур, Япония смогла выйти победительницей. В конце концов, русско-японская война была особенно жестокой, предвещая глобальные конфликты, которые должны были последовать. Считается, что обе стороны понесли потери, достигшие более 150 000 человек в общей сложности, и что также было убито около 20 000 китайских мирных жителей. Хотя Япония одержала решительную победу в войне, победа досталась дорогой ценой: казна страны была практически пуста. В этой войне Япония доказала превосходство своей «жесткой силой», однако результаты всё-таки оставались неутешительными, так как оказалось, что страна не обладает достаточной переговорной силой, что не шло ей в плюс. Это событие, которое ещё в начале XX века доказало Японии, что жесткая сила позволяет выигрывать войну, но не всегда потраченные ресурсы оправдывают результаты победы [1].

Но в отличие от русско-японской войны, участие Японии во Второй мировой войне окончательно заставило страну сменить вектор и в последствии пересмотреть выбранную политику. Стремясь обеспечить усиление влияния в Тихоокеанском регионе и избавиться там от военных сил США, Япония напала на Перл-Харбор в 1941, и это нападение принесло было успешным. Японцы ожидали, что после того, как они укрепят свои новые владения, завоевание будет настолько дорогим в плане жизней и материальных ценностей, что это отпугнет «мягкие» демократии. Вместо этого флот США был восстановлен с поразительной скоростью, а оборона была прорвана до того, как богатства недавно завоеванных территорий могли быть эффективно использованы Японией. Первые годы войны принесли Японии большой успех, под её контролем были: Филиппины, так как японские войска заняли Манилу в январе 1942 года, Сингапур, Голландская Ост-Индия и Рангун (Бирма). Более того, потери британского флота обещали японскому флоту дальнейшую свободу действий. Все складывалось так, словно несмотря на не очень хорошее окончание русско-японской войны, во Второй мировой у Японии были большие шансы закрепиться в регионе на правах лидера и всё благодаря жесткой силе, которая по мнению японцев приносила большую выгоду, учитывая её милитаристские настроения и серию побед. Но флот США не был окончательно вытеснен из южной части Тихого океана, поэтому Битва за Мидуэй в июне 1942 года стоила японскому флоту четырех авианосцев и многих опытных пилотов, а битва за остров Гуадалканал в составе Соломоновых островов закончилась для в феврале 1943 года выводом японских войск с этого региона. Политика использования жесткой силы начала приносить убытки для Японии, ведь убирать крупного конкурента в роли США не получалось. После Мидуэя японские военно-морские лидеры тайно пришли к выводу, что перспективы Японии на победу были плохими. Когда падение Сайпана в июле 1944 года привело к тому, что американские бомбардировщики оказались в пределах досягаемости Токио, то для большей части правительства стал ясен тот факт, что война проиграна, но ни у кого не было программы окончания войны, приемлемой для военных. Также были серьезные проблемы с донесением новостей до гражданского населения,

которому рассказывали только о победах, понимая, что известия о возможном поражении плохо повлияют на ситуацию в стране. Крупные бомбардировки зажигательными бомбами в 1945 году принесли разрушения всем крупным городам, кроме старой столицы Киото, но несмотря на это, генералы были полны решимости продолжать войну. Однако атомные бомбы в значительной степени разрушили Хиросиму и Нагасаки, в то же время, Советский Союз объявил войну и на следующий день вошел в Маньчжурию, где ослабленная Квантунская армия могла оказать лишь символическое сопротивление. Японское правительство пыталось получить в качестве единственного условия капитуляции квалификацию для сохранения императорского института и после того, как союзники согласились уважать волю японского народа, император настоял на капитуляции. Тихоокеанская война завершилась 14 августа. Это война доказала, что методы жесткой силы больше не работают, так как после капитуляции Япония потеряла свое влияние в Тихоокеанском регионе. А всё потому, что соперник оказался слишком силён, ведь считается, что именно подводная блокада японских островов приблизило решение страны о капитуляции, кроме того, бомбардировки по Хиросиме и Нагасаки ещё сильнее ослабили Японию, поэтому к концу войны города были разрушены, запасы истощены, а промышленный потенциал использован. Правительство осталось без престижа и уважения. Тревожный дефицит продовольствия и растущая инфляция угрожали тому, что осталось от национальной мощи. Стремление к полному господству и тотальное использование жесткой силы привели Японию к разрушению своей собственной страны, потому что несмотря на капитуляцию, проблемы Японии всё ещё не закончились, но путь для использования агрессивных, жестких методов после такого тотально разгрома, был закрыт. Именно поражение во Второй мировой войне можно назвать отправной точкой к последующей смене политики на мягкую силу [2, 3, 4].

Анализируя военные причины, которые поспособствовали важности изменения жесткой силы на мягкую можно сделать вывод, что несмотря на проигрыш во Второй Мировой войне, которая являлась первым и главным фактором для смены курса политики Японии, что этот проигрыш дал стране шанс развиваться дальше и понять, что использование только жесткой силы больше невозможно в современных реалиях и нужно менять свою политику, чтобы оставаться на мировой арене, что Япония успешно и сделала в последствии.

Список литературы:

1. Russo-Japanese War// History.com [электронный ресурс] – URL: <https://www.history.com/topics/asian-history/russo-japanese-war> (дата обращения: 02.12.2024).
2. Japan's Quest for Power and World War II in Asia// Asia for Education [электронный ресурс] – URL: https://afe.easia.columbia.edu/special/japan_1900_power.htm (дата обращения: 02.12.2024).
3. Hijino S., Masomoto K. World War II and defeat / Hijino Shigeki, Masomoto Kitajima // Britannica [электронный ресурс] – 2024. – 11 декабря. – URL: <https://www.britannica.com/place/Japan/World-War-II-and-defeat> (дата обращения: 02.12.2024).
4. Japan During World War II// National Park Service [электронный ресурс] – URL: <https://www.nps.gov/articles/000/japan-during-world-war-ii.htm> (дата обращения: 02.12.2024).

КУЛЬТУРЫНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ЯПОНИИ ПОСЛЕ ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ

Кулакова Виктория Сергеевна

*студент,
кафедра отечественной истории,
Вологодский Государственный Университет,
РФ, г. Вологда
E-mail: vero.kremleva@gmail.com*

Смирнова Наталья Сергеевна

*научный руководитель, канд. ист. наук,
доц. кафедры всеобщей истории и мировой политик,
Вологодский Государственный Университет,
РФ, г. Вологда*

CULTURAL TRANSFORMATIONS OF JAPAN AFTER THE COLD WAR

Victoria Kulakova

*Student,
Department of National History,
Vologda State University,
Russia, Vologda*

Natalia Smirnova

*Scientific supervisor,
Candidate of Historical Sciences,
Associate Professor of the Department
of General History and World Politics,
Vologda State University,
Russia, Vologda*

АННОТАЦИЯ

В статье продемонстрированы культурные трансформации в области литературы и кино в Японии после холодной войны

ABSTRACT

The article demonstrates cultural transformations in the field of literature and cinema in Japan after the Cold War.

Ключевые слова: культурные трансформации, литература, киноиндустрия, холодная война, Япония.

Keywords: cultural transformations, literature, film industry, cold War, Japan.

Культурные трансформации Японии после холодной войны представляют собой обширную и многогранную область исследования, которая охватывает широкий спектр изменений, произошедших в японском обществе, традициях и искусстве. Этот период, начавшийся с конца 1980-х годов, стал временем значительных экономических, социальных и культурных изменений, которые оказали глубокое влияние на самоощущение японского народа и его идентичность. Важность изучения этих трансформаций заключается в том, что они не только отражают внутренние изменения в Японии, но и демонстрируют, как глобальные процессы и международные отношения формируют культурные контексты.

Изменения в литературе. Первая половина постхолодной эпохи была отмечена поиском новых литературных форм и стилей. Модернистские тенденции, ранее проявлявшиеся в японской прозе, уступили место разнообразным подходам, включая реализм и экспериментализм. Это способствовало появлению произведений, которые сочетали элементы личного и общественного опыта с более универсальными темами, такими как потеря и обретение понимания своего места в мире [1]. В литературе постхолодной Японии, по мере нахождения своего голоса, наблюдался переход от строго традиционного к более современным интерпретациям.

Одним из самых ярких проявлений культурных трансформаций является творчество Харуки Мураками, который привнес новый интеллектуальный и эмоциональный импульс в японскую литературу. Его произведения рассматривают одиночество и постмодернистские парадоксы, тем самым связывая японскую литературу с мировым литературным контекстом. Мураками удалось передать внутренний мир человека в условиях глобализации и ускорения времени, что откликнулось в сердцах читателей не только в Японии, но и за пределами страны [2].

Писатели серьезно осмысливают внутренние конфликты и культурные противоречия, возникающие на фоне быстрого изменения социальной структуры. Темы поиска идентичности и утраты нравственных ориентиров становятся все более актуальными.

По мере движения к XXI веку японская литература продолжает эволюционировать, охватывая темы, связанные с технологическим прогрессом, экологическими проблемами и вопросами глобализации. Писатели обращаются к новым темам, оставаясь верными традициям, и создают произведения, которые осознают сложность современного существования. Эти произведения предоставляют читателям возможность пересматривать свои взгляды на традиционные ценности и представления о мире, и одновременно ставят вопросы о будущем. В этом контексте литература становится не только способом отражения реальности, но и мощным инструментом для её формирования.

Многообразие литературных стилей и тем, исследуемых японскими писателями, подтверждает активную реакцию художественного сознания на вызовы времени. С точки зрения содержания произведения осмысливают исторические, философские и культурные вопросы, позволяя читателям погрузиться в обстоятельства, в которых создавалась эта литература. Японская литература постхолодной эры, таким образом, открывает новые горизонты для понимания сложного взаимодействия между личным и общественным, самим собой и миром, культурной идентичностью и глобализацией.

Киноиндустрия. Период с 1990-х годов и далее отмечен значительным разнообразием жанров, стилей и форматов, что подтверждает трансформацию, произошедшую в японской кинематографии.

Во первых, необходимо отметить, что японские фильмы адаптировались к запросам современного зрителя, который стал более информированным и искушенным в вопросах кино. Достигнув международного успеха, такие полнометражные анимационные ленты, как "Унесенные призраками" Хаяо Миядзаки, превратили японскую анимацию в глобальный феномен, привлекая внимание не только местной аудитории, но и зрителей со всего мира [19]. В результате такого успеха производство анимационного контента получило новый импульс, что способствовало росту разнообразия анимационных проектов, как по тематике, так и по стилистике.

Существовала также тенденция увеличения числа независимых фильмов, которые предоставили возможность новым талантам проявить себя. Незаимствованные от традиционных жанров, они отражали актуальные социальные вопросы и личные истории, что сыграло важную роль в обогащении японского кино.

С каждым годом наблюдалось все большее взаимодействие японского кино с международным контекстом. Важное значение приобрело участие японских режиссёров в международных конкурсах и фестивалях, где они не только представляли свои работы, но и обменивались опытом с коллегами из других стран.

Многообразие тем и форматов также стало ключевым аспектом. Традиционные жанры, такие как самурайский фильм и драма, получили новые интерпретации. Жанровое смешение стало популярным, меняя представление о японском кино. К примеру, комедия и драма стали

часто комбинироваться в рамках одного проекта, что привело к интересным результатам, способным заинтересовать более широкую аудиторию [22]. Кроме того, типичные для японской культуры элементы, такие как идеи горя и утраты, были включены в новые сценарии, создавая глубину и резонируя с чувственными переживаниями зрителей.

Однако несмотря на эти достижения, японская киноиндустрия столкнулась и с определенными вызовами. В экономическом плане финансы иногда становились ограничивающим фактором для производства крупных проектов, что повлияло на качество некоторых фильмов. Конкуренция со стороны зарубежных фильмов также ощущалась, что создало дополнительное давление на местные студии. С другой стороны, это стало стимулом для поиска новых решений и инновационных подходов к производству контента, что в итоге обогатило рынок.

Выводы. Литература, как важный аспект японской культуры, претерпела значительные изменения в ответ на новые социальные реалии. Авторы начали исследовать темы, связанные с потерей идентичности, одиночеством и экзистенциальными кризисами, что отражает общее состояние общества. Эти изменения в литературе стали отражением не только личных переживаний, но и более широких социальных и экономических процессов, происходивших в стране. Мы также отметили, что новые литературные течения, такие как "литература потерянного поколения", стали важным инструментом для осмысления и анализа культурных трансформаций.

Киноиндустрия Японии также претерпела значительные изменения в условиях новых экономических и социальных реалий. Появление новых жанров и стилей, таких как анимация и независимое кино, стало ответом на вызовы времени. Анимация, в частности, заняла особое место в японской культуре, став не только развлекательным жанром, но и важным средством для обсуждения социальных проблем и вопросов идентичности. Мы увидели, как анимация отражает изменения в обществе, включая влияние глобализации и взаимодействие с международной культурой.

Список литературы:

1. Японская литература – Послевоенные Романы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.britannica.com/art/Japanese-literature/The-postwar-novel>
2. Японская литература конца XX – начала XXI века: авторы, жанры, сюжеты, герои. Часть 1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://prochtenie.org/geo/29603>
3. Послевоенное «превращение». Кино Японии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://culture.wikireading.ru/52973>

РУБРИКА
«ЛИНГВИСТИКА»

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Булгакова Юлия Николаевна

*студент,
факультет иностранных языков и регионоведения,
Московский Государственный
Университет имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Москва
E-mail: byn00@yandex.ru*

GENDER DIFFERENCES IN THE CHINESE LANGUAGE

Iuliia Bulgakova

*Student,
Faculty of Foreign Languages and Area Studies,
Lomonosov Moscow State University,
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается различие лексики и грамматики в китайском языке при использовании языковых структур мужчинами и женщинами.

ABSTRACT

This article examines the difference of vocabulary and grammar in Chinese language in the use of language structures by men and women.

Ключевые слова: гендерные различия, китайский язык, лексика.

Keywords: gender differences, Chinese language, vocabulary.

Язык является не только средством коммуникации, но и отражением социальной структуры и культурных норм общества. В китайском языке, как и в некоторых других языках, можно наблюдать различия в способах общения между мужчинами и женщинами, что обусловлено не только грамматическими и лексическими особенностями, но и историческими, культурными контекстами и стереотипами, связанными с полом. Эти различия в языке могут проявляться в вариантах словарного запаса, интонации, выборе грамматических структур и даже в ритме общения. С развитием общества и изменением ролей мужчин и женщин, лингвистические проявления этих различий также эволюционируют. В современном Китае, осваивая новые социальные роли, женщины все чаще начинают использовать более “мужские” языковые формы и стили общения, что приводит к интересным изменениям в традиционных коммуникационных паттернах. В то же время, сохраняются и новые стереотипы, которые продолжают влиять на языковое взаимодействие.

1. Лексические различия

а) Употребление негативных стереотипов: В китайском языке существуют слова и выражения, которые имеют негативные коннотации в отношении женщин. Например, такие термины, как “泼妇” (pōfù, “скандальная женщина”) и “贱女人” (jiàn nǚrén, “дешёвая женщина”), отражают предвзятое отношение к женщинам и наделяют их негативными качествами.

б) Фразеологизмы и выражения: Многие устоявшиеся выражения, используемые для описания женщин, имеют негативный оттенок. Например, выражение "女人的心思" (nǚrén de xīnsī, "Женские мысли") может использоваться в уничижительном контексте, подразумевая, что женские размышления менее логичны или мудры.

в) Непропорциональное использование женских терминов: В общественном языке и медиа часто встречаются уничижительные наименования, относящиеся к женщинам, отражающие стереотипы о их роли в обществе.

г) Время и место в языке: В некоторых словах и выражениях, касающихся профессий или общественной деятельности, часто ставится акцент на поле. Например, "女医生" (nǚ yīshēng, "женщина-врач") используется чаще, чем "医生" (yīshēng, "врач"), когда имеется в виду женщина. Это может подчеркивать предвзятое мнение о том, что женщина не может быть "просто врачом".

д) Употребление языка в семье и обществе: В языке также отражаются представления о том, какую роль должны занимать женщины в семье и обществе. Например, шаблонное выражение "三从四德" (sān cóng sì dé, "Троякая покорность и четыре добродетели" – добродетель, скромность в речах, женственность, трудолюбие – традиционная формула требований к женщине в старом Китае) используется для описания идеальных мужских и женских ролей, в которых женщины занимают подчиненное положение.

2. Грамматические особенности

а) Порядок называния в предложении: традиционно, в китайской культуре мужчины часто упоминаются первыми, а женщины – вторыми. Это актуально как для обычных разговоров, так и для официальных документов и выступлений. Конечно, в современном обществе ситуация меняется в менее строгое соблюдение правил.

3. Интонация и стиль общения

Тон и манера речи: женщины часто имеют более мелодичный тон и варьируют интонацию для выражения эмоций. Они могут использовать больше восклицаний и призывов к эмоциям: "哇! 太美了!" (wā! tài měi le!, "Вау! Как красиво!").

Эти различия показывают, как половые нормы и культурные ожидания влияют на использование языка в китайском обществе. Современные изменения в ролях мужчин и женщин также вносят свои коррективы в эти паттерны, создавая пространство для обсуждения и изучения этого сложного лексического явления. Однако стоит заметить, что с течением времени ситуация меняется в более нейтральную сторону.

Список литературы:

1. Е С. Бойко, А А. Оларь, Н Н. Кошкарлова Отражение гендерного неравенства в сознании носителей китайского языка // МНКО. 2022. №3 (94).
2. Абросимова Екатерина Вячеславовна Гендерная асимметрия в китайском языке // Вестник НАСА. 2015. №1 (11).
3. Минь Ван Гендерные исследования в китайской лингвистике // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2016. №4 (36).

КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Булгакова Юлия Николаевна

*студент,
факультет иностранных языков и регионоведения,
Московский Государственный
Университет имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Москва
E-mail: byn00@yandex.ru*

CHINESE LANGUAGE IN THE DIGITAL AGE

Iuliia Bulgakova

*Student,
Faculty of Foreign Languages and Area Studies,
Lomonosov Moscow State University,
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается влияние современных технологий на лексическую и грамматическую составляющую китайского языка.

ABSTRACT

The article deals with the influence of modern technologies on the lexical and grammatical components of the Chinese language.

Ключевые слова: влияние, китайский язык, технологии.

Keywords: influence, Chinese language, technology.

Китайский язык, обладающий многовековой историей и богатейшим культурным наследием, находится на пороге значительных изменений благодаря стремительному развитию технологий и цифровых коммуникаций. В XXI веке, с повсеместным распространением интернета и мобильных устройств, мы наблюдаем, как классический китайский язык адаптируется и трансформируется, создавая новые формы общения и выражения. Новые технологии открывают горизонты для разнообразных форм взаимодействия, от социальных сетей и мессенджеров до онлайн-обучения и электронных ресурсов, что приводит к возникновению новых лексических единиц, грамматических конструкций и даже новых способов восприятия языка.

С одной стороны, такие изменения способствуют демократизации языка, делая его доступнее для изучения и использования, особенно для молодежи, активно использующей цифровые платформы. С другой стороны, они также вызывают вопросы о качестве языка, сохранении традиционных форм и влиянии глобализации на национальную идентичность.

К таким примерам влияния цифровизации на китайский язык можно отнести:

1. Заимствования и новые термины:

Множество новых слов и фраз, связанных с технологиями, таких как "微信" (wēixìn, WeChat), "直播" (zhíbō, прямой эфир). Появление заимствованных слов из английского языка, например, "电脑" (diànnǎo, компьютер) и "手机" (shǒujī, мобильный телефон), которые часто используются в разговорной речи.

2. Сокращения и акронимы:

В цифровой среде часто используются сокращения для упрощения общения. Например, "LOL" (laugh out loud) может быть переведено как "哈哈" (hāhā) в китайских мессенджерах.

3. Изменения в письме и грамматике:

В неформальной переписке, особенно в мессенджерах, наблюдается уменьшение строгости формальных правил письма. Например, вместо полных предложений часто используют фразы и отдельные слова. Например, фраза "你在做什么?" (nǐ zài zuò shénme?, "Что ты делаешь?") может быть сокращена до "在干嘛?" (zài gān ma?, "Чем занимаешься?"), где уже будет отсутствовать такая важная грамматическая составляющая китайского как SVO – subject + verb + object, – то есть определенный порядок слов (поскольку китайский является аналитическим языком, то есть значение предложения понимается не из изменения формы слова, а от его места в предложении, порядок слов является важной частью).

5. Комбинирование и трансформации языка:

Часто наблюдается смешение традиционного китайского языка с другими языковыми формами, а также использование "синтаксиса" интернет-сленга. Например, фраза "这是一个好主意" (zhè shì yīgè hǎo zhǔyì, "Это хорошая идея") может быть преобразована в "好主意!" (hǎo zhǔyì, "Хорошая идея!"), что показывает более дружелюбный и неформальный стиль общения.

6. Онлайн-феномены и мемы:

В китайском интернет-пространстве популярны мемы и фразы, которые быстро распространяются и становятся частью разговорной речи. Например, фраза "你行你上" (nǐ xíng nǐ shàng, "Если ты можешь, делай сам") стала популярной в интернет-дискуссиях как способ выразить сомнение в способностях других.

Эти изменения иллюстрируют, как цифровизация не только обогащает язык новыми элементами, но и изменяет привычные способы общения, создавая уникальную языковую среду, отражающую динамику современного общества. Эти изменения в языке также важны, как и изучения классических основ языка, поэтому преподавание китайского в современном мире не может не обращать внимания на цифровизацию китайского для того, чтобы его изучение не оставалось устаревшим, а наоборот поспедало за тенденциями.

Список литературы:

1. Гурулева Татьяна Леонидовна, Абдрахманова Алина Раильевна Цифровизация китайских иероглифов: классификация способов ввода и предпочтения пользователей // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. №11.
2. Кислов, Александр & Колпачкова, Елена. (2018). Влияние интернета на современный китайский язык. Компьютерная лингвистика и вычислительные онтологии. 72-86. 10.17586/2541-9781-2017-1-72-86.
3. Мехрибон Фахриддиновна Шамсиддинова Роль инновационных технологий при обучении китайскому языку // Academic research in educational sciences. 2022. №1.

РЕФЕРИРОВАНИЕ ТЕКСТА: ТРУДНОСТИ И СТРАТЕГИИ

Булгакова Юлия Николаевна

студент,

факультет иностранных языков и регионоведения,

Московский Государственный

Университет имени М.В. Ломоносова,

РФ, г. Москва

E-mail: bun00@yandex.ru

SUMMARIZING TEXT: CHALLENGES AND STRATEGIES

Iuliia Bulgakova

Student,

Faculty of Foreign Languages and Area Studies,

Lomonosov Moscow State University,

Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются основные сложности реферирования текста, а также стратегии преодоления данных трудностей.

ABSTRACT

The article discusses the main difficulties of summarizing a text, as well as strategies for overcoming these difficulties.

Ключевые слова: реферирование текста, сложности, стратегии.

Keywords: summarizing a text, difficulties, strategies.

Реферирование текста – это важный умений, который соединяет в себе элементы анализа, интерпретации и синтеза информации. В современном мире, где объем достоверной информации постоянно растет, умение кратко и точно передавать суть прочитанного становится жизненно необходимым. Особенно актуально это для студентов, исследователей и профессионалов, которым требуется обработка больших массивов информации и создание сжатых, но содержательных резюме.

Тем не менее, реферирование текста может вызывать ряд трудностей, связанных с пониманием содержания, выделением ключевых идей и их корректной формулировкой. Важно не только сохранить основную мысль, но и адаптировать ее к целевой аудитории, учитывая особенности языка и стиля.

К основным трудностям при реферировании текста можно отнести:

1. **Понимание текста.** Тексты могут содержать сложные грамматические конструкции, специализированные термины и жаргон, что затрудняет их полное понимание. Часто важные контексты или культурные отсылки могут быть неочевидными для читателя, особенно если он не знаком с темой.

2. **Выделение основной идеи.** Текст может содержать множество идей и подтем, и может быть сложно определить, какая из них является основной. Считается, что при создании текста при реферировании выделяется до 2-3 основных идей, поскольку большее количество может вызвать затруднения при восприятии информации у аудитории.

3. **Непоследовательность изложения:** Авторы могут излагать мысли неструктурированно, что усложняет процесс выявления главных пунктов, и соответственно их анализ.

4. **Краткость и точность.** Передача сущности текста в краткой форме требует умения отсеивать второстепенные детали, не искажая главную мысль. В стремлении охватить все детали, реферирующий может создать излишне длинное или запутанное резюме.

5. Формулировка. Необходимо подобрать правильно стиль и тон, чтобы реферирование соответствовало целевой аудитории и оставалось верным оригиналу. Кроме того, реферирование подразумевает использование повествование от 3 лица, поэтому важно сохранять и данный стилистический прием.

Однако существуют некоторые стратегии, способные облегчить процесс реферирования:

1. Предварительное чтение. Прочитать текст целиком, чтобы получить общее представление о его содержании. Обратит внимание на заголовки, выделенные ключевые слова и заключения, поскольку именно эти фразы зачастую содержат главную инфомацию текста. Более того, понимание структуры текста (введение, основная часть, заключение) и взаимосвязь каждой части с основной мыслью текста может облегчить построение высказывания реферирования.

2. Систематизация информации. Создание схем или **mind-мэп** для визуализации главных идеи и их взаимосвязей с помощью схем или концептуальных карт поможет лучше понять структуру материала и классифицировать информацию.

3. Краткое изложение. Изложить информацию своими словами, уделяя внимание сохранению основных смыслов и идей. Более того, нужно стараться убирать лишние детали и обобщать информацию, чтобы сделать текст более лаконичным.

Применение этих стратегий может значительно улучшить навыки реферирования, а также повысить качество и точность созданных текстов.

Список литературы:

1. Азимов Э.Г., Шукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Нестерова Наталья Михайловна, Герте Наталия Александровна Реферирование как способ извлечения и представления основного содержания текста // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2013. №4 (24).
3. Герте Н.А., Курушин Д.С., Нестерова Н.М. Свертывание информации в процессе реферирования: методы и возможные пути формализации // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2013. №7 (49).

**НАИМЕНОВАНИЯ АНОМАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ И ЯВЛЕНИЙ В ПОВЕСТИ
А. И Б. СТРУГАЦКИХ «ПИКНИК НА ОБОЧИНЕ» И В ФИЛЬМЕ
А. ТАРКОВСКОГО «СТАЛКЕР»**

Вологин Глеб Борисович

*студент,
Институт филологии, журналистики
и межкультурной коммуникации,
Южный федеральный университет,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: vologin@sfedu.ru*

Иванов Олег Борисович

*научный руководитель, канд. филос. наук, доц.,
Южный федеральный университет,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

**NAMING OF ANOMALOUS OBJECTS AND PHENOMENA
IN THE STORY OF A. AND B. STRUGATSKY "ROADSIDE PICNIC"
AND IN A. TARKOVSKY FILM "STALKER"**

Gleb Vologin

*Student,
Institute of Philology, Journalism
and Intercultural Communication,
Southern Federal University,
Russia, Rostov-on-Don*

Oleg Ivanov

*Scientific supervisor, candidate
of Sciences in Philosophy, associate professor,
Southern Federal University,
Russia, Rostov-on-Don*

АННОТАЦИЯ

В данной статье анализируются особенности происхождения имен собственных, использованных для наименования аномальных предметов и явлений в повести А. и Б. Стругацких «Пикник на обочине» и фильме А. Тарковского «Сталкер».

ABSTRACT

This article analyzes the peculiarities of the origin of proper names used to name anomalous objects and phenomena in A. and B. Strugatsky novel "Roadside picnic" and A. Tarkovsky film "Stalker".

Ключевые слова: имя собственное, поэтоним, наименование.

Keywords: proper name, poetonym, name.

Цель данного исследования: определить особенности происхождения и использования имен собственных в рассматриваемых произведениях. Для этого необходимо: показать свойства и функции имени собственного; особенности их функционирования в художественном произведении, а также проанализировать виды и способы номинации поэтонимов, использованных в кинофильме и повести.

Данная работа опирается на теоретические достижения в литературной ономастике и позволяет выявить художественные особенности, которые привносятся в произведение при помощи рассматриваемых наименований.

Для наименования предметов и явлений могут использоваться имена нарицательные и собственные. Первые используются для обозначения предмета как принадлежащий к какому-либо классу, в то время как вторые называют предмет, входящий в какие-либо класс, но не несущие указания на него. При этом необходимо отметить, что граница именами собственными и нарицательными достаточно подвижна [11, с. 459].

Таким образом, можно выделить следующие функции имен собственных: номинативная функция – это соотносительность имени с конкретным единичным объектом; идентифицирующая функция – оным выступает опознавательным знаком единичного объекта; дифференцирующая функция – оным отделяет данный единичный объект от всех остальных, как однородных, так и неоднородных [6, с. 9].

Существуют различные научные обоснования о наличии или отсутствии у имен собственных смыслового содержания, значения. Имена собственные не обладают лексическим значением, что принципиально отличает их от имен нарицательных. Основной функцией имен собственных следует считать назывную, номинативную. Собственные имена только называют денотат, указывают на него, но не приписывают ему никаких свойств [8, с. 261-266].

Появление любого наименования в языке обусловлено появлением нового предмета, принадлежность которого к какому-либо классу предметов необходимо обозначить, или подчеркнуть его уникальность. Данный процесс называется номинацией, учёными она разделяется на естественную, при которой подбор словообразовательной модели происходит интуитивно, мотивировочный признак, соответствующий реальным свойствам объекта, выбирается стихийно, результат данного способа носит нерегулярный, неконтролируемый и анонимный характер, потому как обусловлен спецификой социального взаимодействия, и искусственную, которая полностью ей противоположна, так как автор, мотивированный личной волей, с ясной целевой установкой планомерно осуществляет этот процесс, с направленным выбором мотивировочного признака, нацеленный на конкретный результат, осознаваемый как новая лексическая единица [10, с. 50].

Существуют разные виды номинации: первичная номинация – процесс создания, присвоения имени предмету, не имеющему своего обозначения в языке; вторичная – процесс использования уже имеющихся в языке номинативных средств в новой для них номинативной функции.

Существуют различные способы номинации наиболее характерными из них являются: 1) лексический; 2) синтаксический; 3) словообразовательный. Лексический способ предполагает: создание простой единицы номинации; увеличение лексического значения единицы языка; заимствование иноязычного слова, такие единицы являются пограничным явлением, т.к. первичны для русского языка, но берут свое начало из другого. Синтаксический способ номинации основывается на использовании или создании составных наименований, основанных на устойчивом употреблении сочетаний слов, а также на предикативных образованиях, предложениях. Словообразовательный – предполагает использование аффиксов для производства обозначений уже существующих и вновь появляющихся реалий, сюда же относятся и аббревиатуры. Так же к способам номинации относят: метафоризацию, метонимизацию, изменение семантического объёма слова, префиксацию, суффиксацию, конверсию, усечение, образование терминов-словосочетаний и т.д. [3, с. 43-49].

Литературная ономастика занимается изучением, имён собственных в художественной литературе, в отношении их используется термин поэтоним. Сохраняются признаки, характерные для имён собственных, в среде художественного произведения реализуются их стилистические и иные возможности, что обуславливается необходимостью в реализации поэтонимами авторского замысла и идейно-эстетических задач. По своим функциональным характеристикам они сближаются с апеллятивами, сохраняя функции имен собственных. Поэтонимы имеют

сходства и с именами собственными, так как содержат в себе внеречевые сведения о денотате, в качестве которых выступают созданные автором идеальные образы.

Содержание поэтонимов представляет сложный комплекс лингвистических и экстралингвистических характеристик, поэтому должно пониматься через художественное описание объекта в тексте, при этом сведения о них, как и об именах собственных предусматривают знание сопутствующих данных: особых мотивах наименования, истории имени, этимологии и пр.

Функции имен собственных в художественном тексте, или поэтонимов идентичны имеющимся у обычных имён собственных, но дополняется за счёт особой среды использования. Стилистическая функция подразделяется на: 1) информационно-стилистическую, которая выражена во внутренней форме, тем самым демонстрируя соотнесённость имени с определённым денотатом; 2) эмоционально-стилистическую, при помощи неё имя собственное формирует у читателя отношение к предмету, вызывает чувства. Экспрессивная функция позволяет автору внести собственную оценку предмета, за счёт лексического значения входящих в состав имени единиц, схожести или соответствия с другим литературным персонажем, исторической личностью. Важно отметить, что в художественном тексте у имени собственного актуализируется стилистическая функция, а дифференциальная оказывается на втором плане [4].

В повести А. и Б. Стругацких «Пикник на обочине» [7] все явления и предметы с уникальными свойствами называются объектами. Каждый имеет своё наименование: некоторые несколько, так как они даются им сталкерами, которые занимаются их неорганизованным поиском и учёными, которые дают им обоснованное научное наименование, что отражает социально-культурный контекст художественного произведения.

Все перечисленные явления относятся к процессу вторичной номинации, так как для их наименования были использованы исключительно ранее существовавшие в языке слова. Лишь одно из них можно по всем признакам отнести к именам собственным «*бродяга Дик*», уникальное явление Зоны Посещения, остальные же явления относятся скорее к именам собственным-наименованиям, т.к. для их номинации использовались, как уже было упомянуто, ранее существовавшие имена нарицательные, но в данном случае выделяющие их из класса явлений.

Более всего использовался синтаксический способ номинации: *бродяга Дик*, *ведьмин студень* (коллоидный газ), *весёлые призраки*, *комариная плешь* (изначально является фразеологизмом), *живые покойники* (оксюморон), *ржавое мочало*, *жгучий пух*, *серебристая паутина*, *чертова капуста*. При этом, как было замечено, некоторые из наименований, представляют собой конструкции не свойственные обычной речи, например: *живые покойники*, *жгучий пух*, *ржавое мочало*. Но в данном случае авторы старались воспроизвести процесс естественной номинации, при котором выделяется наиболее яркий признак предмета, в названии заключается эмоциональная характеристика. В случаях использования лексического способа оценка выражена не так ярко: *зелёнка* (по цвету субстанции), *муляжи*, *мясорубка* (по схожести принципа действия с денотатом), *пастухи*, *тени*.

В отличие от имён собственных, использованных для номинации явлений, поэтонимы, используемые для объектов, представляют больший интерес для исследования. Из используемых в произведении к синтаксическому способу относится: *белая вертячка* (белое кольцо), *Золотой шар* (Машина желаний), *гидромагнитная ловушка* (объект 77-Б), *чёрные брызги* (объект К-231), *вечный аккумулятор*. Почти все перечисленные относятся к вторичной номинации. Отдельно стоит отметить, что некоторые из них имеют второе название, которое, как можно заметить, из стиля, относится к названиям, принятым в научной среде, и используются в произведении ученым, Валентином Пильманом.

К поэтонимам первичной номинации относятся: *смерть-лампа*, является сложным именем существительным, образованным путём сложения двух основ, т.е. принадлежит к словообразовательному типу номинации; *этак* (созвучное с местоимением), образовано путем слоговой аббревиации (от англ. EThernal ACcumulator – «вечный аккумулятор»), может быть отнесен к лексическому типу, т.к. для русского языка это абсолютно новая единица, заимствованная из английского языка, в котором происходил процесс аббревиации.

Все остальные наименования относятся к лексическому типу, т.к. расширяют лексическое значение уже существующих единиц.

Среди объектов, только «*Золотой шар*», является именем собственным (так же, как и второе название «*Машина желаний*»), на что указывают орфографические признаки, и сам денотат, описанный в повести, представляющий собой единственный в своём роде объект, способный исполнять желания.

Большинство из употребляемых здесь поэтонимов, мотивированны внешним видом предметов, например: *чёрные брызги* – небольшие чёрные образования, имеющие форму шарика; *браслеты* – металлические кольца, благотворно влияющие на здоровье человека. В число не входят: *зуда* – устройство, которое вызывает чувства страха и дискомфорта; *этак*. Их наименования мотивированы свойствами, не выраженными внешне.

В фильме А. Тарковского «Сталкер» [9] количество наименований аномальных явлений значительно меньше, это обусловлено отличиями между видами искусств, т.е. литературы и кинематографа, а также режиссёрской задумкой. Поэтонимы, которые используются героями фильма, близки к тем, что были использованы в повести и имеют схожее происхождение.

«*Мясорубка*», так же, как и в повести, представляет собой имя собственное-наименование, относящееся к вторичной номинации, образованное лексическим способом. Поэтоним «*Комната*», который является в фильме аналогом «*Золотого шара*» в повести, уже является именем собственным, которое относится к вторичной номинации, образованный синтаксическим способом.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что поэтонимы, использованные в «Пикнике на обочине» и в «Сталкере», образованы путем искусственной вторичной номинации, главной особенностью которых является то, что почти все они относятся к именам собственным-наименованиям, потому как были образованы от апеллятивов. Наиболее частым способом их образования были лексический, за счёт расширения значения существующих слов, и синтаксический – на основе составных наименований. Все они несут в себе эмоционально-стилистическую функцию функцию, при помощи входящих в состав наименований, которые уже знакомы читателю, но предстают перед ним в иной роли.

Список литературы:

1. Васильева С.П. Литературная ономастика: учебное пособие для студентов филологических специальностей. – Красноярск: Красноярский гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева, 2009. – 138 с.
2. Голомидова М.В. Искусственная номинация в русской ономастике: Монография. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 1998. – 232 с.
3. Косых Е.А. Русская ономастиология: учебное пособие. – Барнаул: АлтГПУ, 2016. – 101 с.
4. Кузьмина М.И. Имя собственное в художественной речи // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – 2015. – № 2. – С. 7.
5. Матвеев А.К. Вопросы ономастики. – 8-9. – Свердловск: Урал. ун-та, 1974. – 138 с.
6. Першина К.В. Основы ономастики. – Донецк: ДонНУ, 2018. – 68 с.
7. Стругацкий А.Н. Пикник на обочине / А.Н. Стругацкий, А.Н. Стругацкий. – Москва: АСТ, 2020. – 256 с.
8. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. – Москва: Наука, 1973. – 353 с.
9. Тарковский А.А. Сталкер. Литературная запись кинофильма // booksafe.net: [сайт]. – URL: https://booksafe.net/read/tarkovskiy_andrey-stalker_literaturnaya_zapis_kinofilma-88274.html#p2 (дата обращения: 28.11.2024).
10. Ульянова Н.П. Соотношение стихийных факторов и сознательного регулирования в механизмах языковой номинации: специальность 10.02.19 «Теория языка»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Ульянова Нина Павловна; Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. им. Мориса Тореза. – Москва, 1983. – 199 с.
11. Шведова Н.Ю. Русская грамматика / Н.Ю. Шведова. – Т. 1. – Москва: Наука, 1980. – 783 с.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА ПЕСНИ «КРЫЛЬЯ» (ГРУППА «НАУТИЛУС») ПО МЕТОДУ Ю.М. ЛОТМАНА

Горбаченко Дмитрий Дмитриевич

*студент,
факультет филологии и массмедиа, Б-ПРИЯ41,
Калужский государственный университет им. Циолковского,
РФ, г. Калуга
E-mail: luyvfern@gmail.com*

Еремин Александр Николаевич

*научный руководитель, докт. филолог. наук, проф.,
Калужский государственный университет им. Циолковского,
РФ, г. Калуга*

АННОТАЦИЯ

Данная статья посвящена лингвистическому анализу песни «Крылья» группы «Наутилус Помпилиус» с использованием метода структурно-семиотического анализа, разработанного Ю.М. Лотманом. Рассматриваются структура текста, ключевые образы и символы, бинарные оппозиции, интертекстуальные связи, а также культурный контекст произведения.

Ключевые слова: структурно-семиотический анализ, Ю.М. Лотман, «Крылья», символы, бинарные оппозиции, интертекстуальность, окказионализм, фарисейство.

Введение

Песня «Крылья» группы «Наутилус Помпилиус» представляет собой яркий образец русского рока 1980-1990-х годов, который совмещает личностные размышления с универсальными философскими темами. Ю.М. Лотман в своих трудах подчёркивал, что текст любой формы искусства может быть рассмотрен как семиотическая система, содержащая скрытые значения и культурные коды. Метод Лотмана позволяет глубже понять идею произведения через анализ его структуры и символики.

Структура текста

Текст песни состоит из куплетов и рефрена, где основной образ – крылья – повторяется как лейтмотив. Повторы усиливают драматизм и подчёркивают ключевую идею свободы и её достижения. Ритмическая структура текста согласована с его содержанием: монотонность в куплетах сменяется эмоциональным подъёмом в рефренах, создавая эффект напряжения и разрешения.

Ключевые образы и символы

Крылья

Крылья – центральный символ песни, олицетворяющий свободу, духовный подъём, стремление к высшему идеалу. В культуре и литературе крылья ассоциируются с мифологическими персонажами (например, Икаром), которые стремились к высшему, несмотря на риск.

Небо

Небо в песне выступает символом мечты и пространства, куда стремится лирический герой. Оно противопоставлено земле, которая ассоциируется с ограничениями и обыденностью.

Полёт

Полёт символизирует процесс освобождения, поиск смысла жизни и преодоление барьеров. Этот образ часто встречается в литературе и философии, что делает его универсальным кодом.

Окказионализмы в тексте

В тексте песни «Крылья» можно выделить использование окказионализмов – авторских, контекстуальных слов и выражений, которые усиливают эмоциональную выразительность и уникальность текста. Такие элементы придают песне индивидуальный стиль, подчёркивая личностный и философский характер размышлений героя. Например, образ «обожжённых крыльев», хотя и основан на классических мифологических аллюзиях, приобретает уникальное значение в контексте песни, становясь метафорой внутренней борьбы.

Фарисейство в тексте

Одной из скрытых тем текста можно считать критику фарисейства – лицемерного поведения и формального следования правилам без их осознания. Этот подтекст становится очевидным при анализе оппозиции между истинной свободой, символизируемой крыльями, и лицемерной привязанностью к социальным нормам. Фарисейство здесь представлено как антипод духовного поиска, связанного с образом полёта.

Бинарные оппозиции

Текст песни построен на контрастах, которые создают внутренний драматизм. Основные бинарные оппозиции:

Свобода / Несвобода: крылья против земли.

Духовное / Материальное: небо как символ возвышенного и материальная реальность как символ обыденного.

Полет / Падение: стремление к высшему против риска и страха провала.

Истинное / Ложное: духовная свобода против фарисейства.

Эти противопоставления подчёркивают сложность выбора, стоящего перед лирическим героем.

Интертекстуальные связи

Песня содержит скрытые отсылки к мифологическим, литературным и философским традициям. Например, образ крыльев напоминает о мифе об Икаре, где стремление к высшему оборачивается трагедией. Также можно заметить переключку с романтической традицией, где свобода и восстание против социальных ограничений занимают центральное место.

Ритмическая и интонационная структура

Музыкальная составляющая усиливает смысл текста. Монотонность куплетов передаёт состояние подавленности, тогда как рефрен символизирует эмоциональный и духовный подъём. Этот переход подчёркивает главный конфликт героя – борьбу между земным и небесным.

Культурный контекст

«Крылья» создавались в эпоху социальных и культурных перемен, когда идея свободы приобрела особую значимость. Текст песни резонирует с настроениями советской и постсоветской интеллигенции, выражая универсальные вопросы самоидентификации, поиска свободы и места человека в мире.

Заключение

Песня «Крылья» группы «Наутилус Помпилиус» демонстрирует сложность и многослойность художественного текста. Использование метода Ю.М. Лотмана позволяет глубже понять её философский смысл, выявить ключевые символы и интертекстуальные связи. Анализ показал, что текст функционирует как семиотическая система, отражающая внутренний мир героя и социальные реалии эпохи. Особое внимание заслуживают окказионализмы, подчёркивающие индивидуальность текста, и тема фарисейства, создающая социальный подтекст произведения.

Список литературы:

1. Лотман Ю.М. Семиотика и культура. – М.: Искусство, 1974.
2. Гаспаров М.Л. Избранные труды: О поэтике. – М.: Языки русской культуры, 1997.
3. Беляева Е.В. Лирика русского рока: культурно-исторический контекст. – СПб.: Издательство СПбГУ, 2008.
4. Мифы народов мира: Энциклопедия. – М.: Советская энциклопедия, 1980.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ В СОСТАВЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ОБОРОТОВ

Седнева Валерия Юрьевна

курсант,
кафедра иностранных и русского языков,
Сибирский юридический институт МВД России,
РФ, г. Красноярск
E-mail: sedneva.2004@icloud.com

Понамарева Анастасия Николаевна

курсант,
кафедра иностранных и русского языков,
Сибирский юридический институт МВД России,
РФ, г. Красноярск
E-mail: ponamareva_nastya@bk.ru

Плахотнюк Людмила Алексеевна

научный руководитель, канд. филол. наук, доц.,
Сибирский юридический институт МВД России,
РФ, г. Красноярск

FEATURES OF TRANSLATION OF ENGLISH-LANGUAGE LEGAL TERMS AS PART OF PHRASEOLOGICAL PHRASES

Valeriya Sedneva

Cadet,
Department of Foreign and Russian Languages,
Siberian Law Institute of the Ministry
of Internal Affairs of Russia,
Russia, Krasnoyarsk

Anastasiya Ponamaryova

Cadet,
Department of Foreign and Russian Languages,
Siberian Law Institute of the Ministry
of Internal Affairs of Russia,
Russia, Krasnoyarsk

Lyudmila Plakhotnyuk

Scientific supervisor, candidate
of Sciences in Philology, associate professor,
Siberian Law Institute of the Ministry
of Internal Affairs of Russia,
Russia, Krasnoyarsk

АННОТАЦИЯ

В статье отражены основные аспекты исследования лингвистических особенностей функционирования и перевода англоязычных юридических терминов в тексте, исследованию их семантических особенностей в структуре фразеологических конструкций, а также изучению проблем достижения эквивалентного перевода англоязычных идиоматических и фразеологических оборотов, включающих юридические понятия, значение которых требует

расшифровки в рамках контекста. В статье исследуется вопрос асимметрии английских юридических терминов как лингвистических знаков в рамках юридического дискурса. Рассматривается понятие «юридический термин» с точки зрения его семантической мотивированности, а также исследуются возможности использования компонентно-семантического анализа для достижения эквивалентного перевода с английского языка на русский, юридических текстов.

ABSTRACT

The article reflects the main aspects of the study of the linguistic features of the functioning and translation of English-language legal terms in the text, the study of their semantic features in the structure of phraseological constructions, as well as the study of the problems of achieving an equivalent translation of English idiomatic and phraseological phrases, including legal concepts, the meaning of which requires decoding within the context. The article explores the issue of the asymmetry of English legal terms as linguistic signs within the framework of legal discourse. The concept of "legal term" is considered from the point of view of its semantic motivation, and the possibilities of using component-semantic analysis to achieve an equivalent translation from English into Russian of legal texts are explored.

Ключевые слова: лингвистические особенности, юридический термин, фразеологизм, семантика, мотивированность, юридический дискурс.

Keywords: linguistic features, legal term, phraseology, semantics, motivation, legal discourse.

Вопросы, связанные с изучением лингвистических особенностей использования юридических терминов в англоязычных текстах, требуют внимания со стороны исследователей в области лингвистики, теории и практики перевода юридических понятий, соотносимых с реалиями правовой системы Великобритании.

Настоящая работа посвящена изучению лингвистических аспектов функционирования и перевода англоязычных юридических терминов в тексте, исследованию их семантических особенностей в структуре идиоматических и фразеологических конструкций, а также изучению проблем достижения эквивалентного перевода англоязычных идиоматических и фразеологических оборотов, включающих юридические понятия, значение которых требует расшифровки в рамках контекста.

Проблемой исследования лингвистических аспектов функционирования англоязычных юридических терминов занимались многие известные отечественные лингвисты, такие как Алексеева М.Н., Володина М.Н., Лейчик В.М., Кубрякова Е.С. и многие другие. Интерес представляет попытка рассмотреть общие и дифференцирующие свойства англоязычных юридических терминов в контексте взаимодействия языка, права и культуры. [7, с. 82]

Исследование англоязычных юридических понятий и их значений позволило выявить проблему «асимметрии английских юридических терминов как лингвистических знаков в аспекте их функционирования в рамках юридического дискурса». [7, с. 83]

Классифицируя терминологическую английскую правовую систему, Лейчик В.М. разграничивает термины, «обозначающие общие понятия права, термины, обозначающие частные правовые понятия и термины, обозначающие названия единичных правовых объектов и явлений». [7, с. 85]

Однако, на данный момент существует незначительное число исследований в области сопоставления англоязычных и русскоязычных юридических терминов, а также некоторых лингвистических аспектов функционирования англоязычных юридических терминов с точки зрения их семантики в составе идиоматических и фразеологических конструкций. Отсутствие специальных глоссариев, справочников в данной области значительно затрудняет перевод с английского языка на русский юридических текстов, которые используют фразеологизмы, включающих юридические термины, значение которых требует расшифровки в рамках контекста.

При рассмотрении понятия «юридический термин» лингвисты определяют его как «слово, обозначающее понятие, связанное с содержанием закона, нормативного акта». [5, с. 186]

В рамках данного исследования юридический термин рассматривается как лексическая единица, отвечающая лингвистическим характеристикам, связанным с особенностями семантики англоязычного термина. В работе также исследуются способы функционирования юридического термина в системе таких явлений как полисеманτικότητα, синонимия, омонимия.

Для изучения юридического термина с точки зрения выполнения им лингвистической функции важно отметить его семантическую мотивированность. Это важно, поскольку наличие в англоязычных текстах фразеологических оборотов, включающих юридические термины, представляет трудности для достижения эквивалентности при переводе текстов с английского языка на русский.

Объектом исследования являются англоязычные юридические термины, включенные в структуру фразеологических оборотов, смысл которых раскрывается при проведении компонентно-семантического анализа, необходимого для установления эквивалентного значения.

Предметом исследования являются англоязычные фразеологические конструкции, содержащие юридические термины.

Целью данного исследования является изучение лингвистических аспектов функционирования англоязычных юридических терминов в составе фразеологических оборотов и особенности их перевода с русского на английский язык.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Проанализировать способы функционирования англоязычных юридических терминов в рамках англоязычного контекста;
2. Изучить особенности функционирования англоязычных юридических терминов в составе фразеологических конструкций, содержащих юридические понятия.
3. Изучить пути достижения эквивалентного перевода англоязычных юридических терминов с английского языка на русский.

При проведении исследования при использовании метода отбора и анализа англоязычных терминов была предпринята попытка проанализировать сложные случаи перевода англоязычных терминов, встречающихся в составе фразеологических конструкций, и исследовать возможности достижения адекватности перевода подобных конструкций с английского языка на русский. Методом исследования дефиниций терминов и переводных эквивалентов проверялась их нормативность и обязательность, проводился комплексный компонентно-семантический анализ (правовой) и лексико-семантический (лингвистический) анализ значений исследуемых терминов и иной правовой лексики.

Попытка рассмотреть термин в составе фразеологической конструкции сталкивается с проблемой замкнутого микроконтекста, который является основной особенностью фразеологизма. В микроконтексте реализуются не только формальные связи между планом выражения и планом содержания знака, но и ассоциативно-семантические. [6, с. 236].

Фразеология – это наука о ФЕ (фразеологических единицах), т. е. об устойчивых сочетаниях слов с осложненной семантикой. [6, с. 237].

Фразеологизм представляет собою устойчивое сочетание слов, имеющее целостное лексическое значение. В английском языке фразеологизм можно определить, как неразложимое сочетание слов, понимаемое в переносном значении.

Демеуова М. в статье «Особенности использования и перевода латинской и английской юридической фразеологии» пишет, что «характерной чертой английских юридических фразеологизмов является то, что они употребляются в зависимости от конкретных ситуаций общения и сферы профессионального применения». [4, с. 896]

Такие фразеологизмы как *to overrule* «отклонить», *in due course of law* «надлежащая правовая процедура», *defendant's juror* «присяжный от защиты», *to excuse a juror* «дать отвод присяжному» реализуют свое значение в ситуациях, связанных с судебной практикой, т.е. в рамках замкнутого контекста.

Например, фразеологизм «**daylight robbery**» имеет значение «грабеж среди бела дня». Эта конструкция образована способом конверсии, это объясняет использование ее в контексте

предложения «The amount of money I have to pay for my apartment is **daylight robbery**» – «Сумма, которую я должен заплатить за свою квартиру, – это грабёж среди бела дня».

Фразеологизм «**to take someone to the cleaners**», который имеет значение «обманом забрать у кого-то деньги», образован от пословицы, употребляющейся в повелительном наклонении. Например, «Unfortunately, they took this old lady to the cleaners» – «К сожалению, они обманом забрали деньги у этой пожилой женщины».

Конструкция «**a glutton for punishment**» обозначает человека, который продолжает совершать поступки, последствия которых он считает трудными или неприятными. Конструкция образована по аналогии с понятием **a glutton** «обжора, ненасытный человек». Пример, фраза «Why does George keep getting detention? Is he a glutton for punishment?» переводится «Почему Джордж все время попадает в тюрьму? Он жадный до наказаний?». В романе Чарльза Диккенса «Приключения Оливера Твиста» персонаж Билл Сайкс, злостный преступник в банде Фиджина, описывается как «a glutton for work», поскольку он всегда был готов не раздумывая приступить к какому-либо опасному криминальному делу.

Фразеологизм «**an unwritten law**» образован по контрасту в значении «неписанный закон».

Фразеологизм «**pay the piper**» в значении «страдать от последствий своих действий, часто расплачиваясь за это определенной ценой или штрафом» образовано способом расширения значения. В предложении «If you choose to ignore your responsibility, you will eventually have to pay the piper» переводится следующим образом «Если вы решите пренебречь своей ответственностью, то в конечном счете вам придется за это пострадать».

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты проведенного анализа особенностей использования англоязычных юридических терминов в текстах юридической направленности, в художественных и научно-популярных текстах английских и американских авторов, а также анализ трудностей, которые возникают при переводе терминов с английского языка на русский, представляют собою неоценимый материал, который может быть использован при изучении юридического английского языка на практических занятиях по дисциплинам «Иностранный язык» и «Иностранный язык в сфере юриспруденции». Этот материал содержит большое количество примеров, связанных с изучением возможностей осуществления эквивалентного перевода юридических англоязычных терминов с английского языка на русский.

Список литературы:

1. Артюхова, Е.С. Функционирование фразеологических единиц англоязычного юридического дискурса в контекстах юридических текстов англосаксонской правовой семьи / Е.С. Артюхова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 17 (255). – С. 255-259.
2. Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов/ И.В. Арнольд. – 14-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2021 – 84 с.
3. Басенко И.М., Пономаренко В.А. Английские фразеологизмы в юридическом дискурсе // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Филология и искусствоведение. 2021. Вып. 3 (282). С. 34-39.
4. Демеуова М. Особенности использования и перевода латинской и английской юридической фразеологии// Теория и практика современной науки. – 2016. – №4 (10). – С. 893-898.
5. Денина О.О. Использование переводческих трансформаций для достижения адекватности перевода // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2015. – №11 (186). – С. 186-191.
6. Зубайраева М.У., Образные фразеологизмы в произведениях английских и американских писателей //Baltic Humanitarian Journal. – 2020. – Т.1 – № 1(30). – С. 236-238.
7. Лейчик В.М. Особенности функционирования терминов в тексте // Филологические науки. – М., 1990. №3, С. 80-87.
8. Лопатин М.А. Проблема понятий адекватности и эквивалентности перевода // Гуманитарные научные исследования. 2016. № 2. – С. 46–51.

«ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ ЖИВОГО ВЕЛИКОРУССКОГО ЯЗЫКА» В.И. ДАЛЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ МЕНТАЛЬНОГО ДУХА ЯЗЫКА, НАРОДА, КУЛЬТУРЫ

Пожидаева Дарья Алексеевна

*студент,
кафедра русского языкознания
и коммуникативных технологий,
Луганский государственный
педагогический университет,
РФ, ЛНР, г. Луганск
E-mail: dariariapozh@gmail.com*

Пономарева Татьяна Александровна

*научный руководитель,
канд. филол. наук, доц.,
Луганский государственный
педагогический университет,
РФ, ЛНР, г. Луганск*

«EXPLANATORY DICTIONARY OF THE LIVING GREAT RUSSIAN LANGUAGE» BY V.I. DAHL AS A REFLECTION OF THE MENTAL SPIRIT OF THE LANGUAGE, PEOPLE, CULTURE

Darya Pozhidaeva,

*Student,
Department of Russian Linguistics a
nd Communication Technologies,
Lugansk State Pedagogical University,
Russia, Lugansk*

Tatyana Ponomareva,

*Scientific supervisor,
candidate of Philology, associate professor,
Lugansk State Pedagogical University,
Russia, Lugansk*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается значимость одного из самых известных отечественных лексикографических трудов в контексте отражения ментального духа русского народа и его культуры. Описывается, как собранные в словаре слова и их значения фиксируют обычаи, традиции и уникальные аспекты мировосприятия народа. Особое внимание уделяется тому факту, что язык является не только средством общения, но и важным инструментом сохранения культурной идентичности. Исследование демонстрирует, что лексический состав и контексты использования слов позволяют глубже понять исторические и культурные корни языка, а также его влияние на современное общество. Таким образом, лексикографический труд В.И. Даля представляет собой важное наследие, которое продолжает жить в языке и культуре, создавая целостное представление о народе и его духе.

ABSTRACT

The article examines the significance of one of the most famous Russian lexicographic works in the context of reflecting the mental spirit of the Russian people and their culture. It describes how the words collected in the dictionary and their meanings capture the customs, traditions and unique aspects of the worldview of the people. Special attention is paid to the fact that language is not only

a means of communication, but also an important tool for preserving cultural identity. The study demonstrates that the lexical composition and contexts of the use of words allow for a deeper understanding of the historical and cultural roots of language, as well as its impact on modern society. Thus, V.I. Dahl's lexicographical work represents an important legacy that continues to live in language and culture, creating a holistic view of the people and their spirit.

Ключевые слова: словарь, лексикограф, ментальность, культура, диалекты, значение.

Keywords: dictionary, lexicographer, mentality, culture, dialects, meaning.

«Толковый словарь живого великорусского языка» В.И. Даля был издан в 1863 году и считается одной из самых важных работ в истории русского языка и отечественной лексикографии. Он включает в себя более 200 000 слов и выражений, а также содержит огромное количество информации о происхождении, употреблении, значении и диалектных особенностях слов.

Цель данной статьи – анализ «Толкового словаря живого великорусского языка» В.И. Даля как важного лексикографического источника, отражающего культурные, исторические и ментальные аспекты русского народа, а также исследование его роли в формировании и сохранении языковой идентичности и культурного наследия.

Владимир Иванович Даль был не только лексикографом, но и этнографом и фольклористом; его словарь отражает не только сам язык, но и ментальность и культуру русского народа. В нем можно найти не только простые определения слов, но и цитаты из народных сказок, песен, пословиц, загадок и т. д., которые помогают понять контекст использования слова в русской народной культуре.

Словарь В.И. Даля также содержит информацию о множестве архаичных и устаревших слов, которые уже не употребляются в современном русском языке, но сохраняют свою ценность как часть лексикона и истории языка.

Кроме того, словарь В.И. Даля считается важным источником для исследований диалектов и различий в употреблении слов в различных регионах России. Он помогает ученым и лингвистам понять, как менялся и развивался русский язык в разное время и на разных территориях.

В целом, словарь В.И. Даля является не только ценным лингвистическим ресурсом, но и настоящим сокровищем русской культуры и народной мудрости, и до сих пор остается важным источником для изучения русского языка и его истории.

Словарь, созданный Владимиром Ивановичем Далем, представляет собой обширный лексикон, содержащий богатейший выбор русских слов и выражений, отражающих разнообразные аспекты русской жизни, культуры, традиций и обычаев. Он включает в себя не только общепринятые слова, но и устаревшие, диалектные, архаичные и редко используемые термины, что делает его ценным источником информации о различных периодах и регионах русской истории [2, с. 79].

В словаре можно найти слова, связанные с религиозными понятиями, церковными обрядами и обычаями, а также различными аспектами народной веры и мистики. Он охватывает бытовые термины, описывающие бытовые предметы, мебель, посуду, одежду, а также различные аспекты домашней жизни русского народа. Приведём примеры:

Бубен (устар.): маленький барабан, ударяемый в руку.

Бабка (разг.): вороватая женщина, старуха.

Гад (устар.): маленький ручной пастушок.

Дудка (разг.): трубка, свисток.

Жезл (арх.): палка, жердь, как знак достоинства или власти.

Капище (арх.): храм у язычников.

Лель (поэт.): купание, обмывание; умывание водою по традиции.

Молодильня (устар.): название устройства для облегчения труда при прядении или пресовании льна.

Порфира (арх.): царская порфира, камень, на котором короновались цари.

Тихорецкий дом (устар.): название бывшего приюта для детей-сирот в Москве [3].

Эти примеры отражают разнообразие слов и выражений, которые можно найти в толковом словаре Даля и которые описывают различные аспекты русской жизни, культуры и истории.

Кроме этого, словарь В.И. Даля включает в себя множество слов и выражений, связанных с народной медициной, народными приметами, поверьями и суевериями. Он содержит информацию о народных обычаях, традициях, обрядах и праздниках, представляя собой ценный источник для изучения народной культуры и фольклора.

Вот несколько примеров из «Толкового словаря живого великорусского языка» В.И. Даля, относящихся к народной медицине, приметам, поверьям и суевериям:

Бахчевник (народн.): растение, по преданию, защищающее от злых духов, оберегающее от сглаза.

Ведун (устар.): человек, обладающий даром предвидения, ясновидящий, ведун.

Глаз (народн.): глаз, дух, который, по преданию, мешаает, причиняет вред.

Деверь (народн.): по преданию, демон, дух ночи, вызывающий кошмары.

Жар (народн.): болезнь, лихорадка, сопровождающаяся высокой температурой.

Заклятье (народн.): формула, молитва, произносимая для защиты от злых сил или болезней.

Колдовство (народн.): использование магии для воздействия на судьбу, здоровье или поведение других людей.

Ладан (устар.): ароматическое средство, используемое для очищения воздуха от злых духов.

Молитва (народн.): обрядовый текст, произносимый с целью обращения к божеству или выражения благодарности.

Чертополох (народн.): растение, считавшееся оберегом от злых сил и нечистой силы [3].

Эти примеры демонстрируют, что словарь Владимира Даля включает в себя разнообразные термины и выражения, связанные с народной медициной, поверьями и суевериями, представляя ценный источник для изучения народной культуры и фольклора.

Таким образом, словарь В.И. Даля является не только лингвистическим, но и этнографическим и фольклорным источником, отображающим многогранный мир русской культуры и обычаев. Он представляет собой бесценное собрание языковых единиц, которые помогают понять и оценить богатство и разнообразие русской языковой и культурной традиции.

Словарь В.И. Даля является одним из самых известных словарей русского языка, который был создан в XIX веке. В нём содержится огромное количество лексических единиц, а также множество цитат из литературы, народных сказок и песен. Это позволяет читателю увидеть, как данные слова использовались в различных контекстах, что в свою очередь помогает понять не только значение самих слов, но и их эмоциональную окраску, тональность и отношение к различным аспектам жизни [1, с. 121].

Словарь В.И. Даля содержит не только определения слов, но и образцы их использования в различных произведениях и высказываниях. Читатель может увидеть, каким образом определенные слова взаимодействуют с другими словами и какие ассоциации вызывают у людей.

Вот несколько примеров из «Толкового словаря живого великорусского языка» В.И. Даля, где приводятся образцы использования слов в различных произведениях и высказываниях:

Баранка (разг.): круглый хлеб, печенье. Видите ли, я, как тот, чем припаду, такое и ем. Меня ведь уже баранкой не приведешь (А.П. Чехов) [3].

Беседа (разг.): разговор, общение. Мужик этот Лазуткин очень ученый, с ним можно на любую беседу (Н.В. Гоголь) [3].

Вдохновение (высш.): внезапное чувство творческого вдохновения. Под влиянием этой встречи у меня возникло внезапное вдохновение, и я начал писать новую статью (Л.Н. Толстой) [3].

Звезда (высш.): яркая светящаяся точка на небе, символизирующая свет и надежду. Он смотрел в ночное небо и видел множество блестящих звезд, напоминая ему о бесконечности Вселенной (А.С. Пушкин) [3].

Эти примеры демонстрируют, что слова в словаре Владимира Даля сопровождаются цитатами из литературных произведений или народных высказываний, позволяя читателю погрузиться в контекст и лучше понять их значения и использование.

Такой подход к изучению слов позволяет более глубоко понять их смысл и использование, а также погрузиться в контекст, из которого они вытекают. Кроме того, цитаты из литературы и народных сказок позволяют расширить свои знания о культуре и традициях, связанных с данными словами.

Таким образом, словарь В.И. Даля представляет собой не просто перечень слов и их значений, но и ценный источник информации о контексте их использования, что делает его незаменимым инструментом для изучения русского языка и культуры.

Итак, «Толковый словарь живого великорусского языка» В.И. Даля является важным отражением ментального духа русского языка, народа, его мировоззрения, культуры, обычаев и традиций. Он помогает понять особенности русского языка и менталитета, а также приобрести к богатству русского языка и культуры.

Список литературы:

1. Бархин, К. Толковый словарь Владимира Даля / К. Бархин // Литературная учеба. – 1937. – № 12. – С. 117–131.
2. Богоявленский, Н.А. Толковый словарь В.И. Даля и его роль в изучении истории отечественной медицины / Н.А. Богоявленский // Сов. здравоохранение. – 1966. – № 4. – С. 77–82.
3. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4-х тт. – 8-е изд. – М.: Русский язык, 1981–1982.

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ ИНТЕРВЬЮ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ИТ-КОМПАНИЯХ

Тимошук Майя Валерьевна

*студент группы ИСТбд-21,
факультет информационных
систем и технологий,
Ульяновский государственный
технический университет,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: mausha.tim@yandex.ru*

Корухова Людмила Владимировна

*научный руководитель, преподаватель,
кафедра «Иностранные языки»,
Ульяновский государственный
технический университет,
РФ, г. Ульяновск*

АННОТАЦИЯ

В условиях глобализации и активного развития ИТ-индустрии владение английским языком становится неотъемлемым требованием для специалистов, стремящихся работать в международных компаниях. Участие в собеседованиях на английском языке – это не только проверка профессиональных навыков, но и демонстрация способности эффективно коммуницировать на глобальном уровне. Данная статья поможет разобраться, как подготовиться к такому интервью: от изучения типичных вопросов и составления грамотных ответов, до преодоления языковых барьеров и повышения уверенности в своих силах.

ABSTRACT

In today's globalized world and rapidly evolving IT industry, proficiency in English has become an essential skill for professionals aspiring to work at international companies. Participating in English-language interviews is not just about showcasing technical expertise but also demonstrating effective communication skills on a global scale. This article offers guidance on preparing for such interviews, covering common questions, crafting thoughtful responses, overcoming language barriers, and building confidence to succeed.

Ключевые слова: ИТ-индустрия, английский язык, международные компании, собеседование, подготовка, профессиональные навыки, языковые барьеры, коммуникация, уверенность, глобализация.

Keywords: IT industry, English language, international companies, interview, preparation, professional skills, language barriers, communication, confidence, globalization.

В современном мире стремительного развития ИТ-индустрии владение английским языком перестает быть дополнительным преимуществом и превращается в обязательное условие для профессионального роста. Международные компании все чаще проводят собеседования на английском языке, требуя от кандидатов не только технических навыков, но и способности ясно и убедительно выражать свои мысли на глобальном языке общения. Процесс подготовки к таким собеседованиям требует не просто заучивания ключевых терминов и фраз, а осмысленного подхода к построению ответов и демонстрации уверенности в коммуникации.

Грамотно подготовиться к интервью на английском языке означает не только овладеть терминологией, но и освоить особый стиль изложения профессионального опыта. Кандидатам необходимо уметь четко описывать свои проекты, объяснять принятые решения и обосновывать выбор технологий. Компании часто задают вопросы о прошлом опыте, чтобы оценить

способность специалиста не только справляться с техническими задачами, но и взаимодействовать с командой, участвовать в коллективных обсуждениях и решать проблемы, требующие междисциплинарного подхода.

Один из ключевых аспектов подготовки заключается в тренировке ответов на типичные вопросы, такие как: «Расскажите о себе», «Почему вы хотите работать в нашей компании?», «Какие ваши сильные и слабые стороны?» Важность этих вопросов не стоит недооценивать, поскольку они позволяют интервьюеру понять не только профессиональные качества кандидата, но и его мотивацию, готовность развиваться и взаимодействовать в международной команде. Заранее проработанные и структурированные ответы помогут избежать неловких пауз и продемонстрировать уверенность в собственных силах.

Однако языковая подготовка не должна ограничиваться заучиванием готовых фраз. Эффективное собеседование требует гибкости и умения адаптироваться к динамике диалога. Это особенно актуально при обсуждении технических решений и подходов к проектированию, где кандидат должен четко формулировать мысли и при необходимости давать пояснения на более глубоком уровне. Знание таких фраз, как «I was responsible for...», «This solution addresses the problem by...», помогает лаконично и профессионально донести суть выполненной работы.

Практика аудирования и разговорной речи, такая как прослушивание технических подкастов и участие в языковых клубах, помогает погрузиться в профессиональную лексику и улучшить понимание акцентов, а также отработать навыки общения.

Таким образом, подготовка к собеседованиям на английском языке для IT-специалистов включает как языковую, так и профессиональную подготовку, что помогает преодолеть языковые барьеры и повышает конкурентоспособность на международном рынке труда.

Список литературы:

1. Английский для собеседований в IT-компании // Образовательный портал EnglishDom. – URL: <https://englishdom.com/blog/english-for-it/> (дата обращения: 12.01.2025).
2. Как подготовиться к собеседованию в международной компании: советы от HR-экспертов // Хабр. – 18.12.2020. URL: <https://habr.com/ru/post/507502/> (дата обращения: 12.01.2025).
3. Как пройти собеседование в международной IT-компании: пошаговое руководство // GeekBrains. – URL: https://gb.ru/articles/interview_in_tech_company (дата обращения: 12.01.2025).

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА (НА ПРИМЕРЕ СЛОГАНОВ КОМПАНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ)

Шевчук Евгения Валерьевна

студент,
кафедра русского языка как иностранного,
Калужский государственный
университет им. К.Э. Циолковского,
РФ, г. Калуга
E-mail: shevchuk.ew@yandex.ru

Еремин Александр Николаевич

научный руководитель, д-р филол. наук,
Калужский государственный
университет имени К.Э. Циолковского,
РФ, г. Калуга

COMPETENCE APPROACH IN TRAINING PERSONNEL OF ENTERPRISES

Evgeniya Shevchuk

Student,
Department of Russian as a foreign language,
Kaluga State University in the name of K.E. Tsiolkovsky,
Russia, Kaluga

Alexander Eremin

Scientific director, Doctor of Philological Sciences,
Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky,
Russia, Kaluga

АННОТАЦИЯ

В условиях современной информационной среды реклама занимает важное место в формировании мнения и поведения потребителей. Слоган, как краткая, но емкая форма рекламного текста, играет ключевую роль в этом процессе. В данной статье мы проведем краткий психолингвистический анализ слоганов различных компаний и выясним их влияние на целевую аудиторию.

ABSTRACT

In the conditions of the modern information environment, advertising occupies an important place in the formation of opinions and behavior of consumers. The slogan, as a short but capacious form of advertising text, plays a key role in this process. In this article, we will conduct a brief psycholinguistic analysis of the slogans of various companies and find out their influence on the target audience.

Ключевые слова: рекламный текст, слоган, языковое воздействие, психолингвистика.
Keywords: advertising texts, slogan, linguistic impact, psycholinguistics.

В современном обществе реклама стала неотъемлемой частью нашей жизни. Ежедневно люди подвергаются воздействию бесчисленного количества рекламных сообщений, призванных привлечь внимание, убедить и повлиять на поведение. Решающую роль в достижении этих целей играет язык, служащий не только средством передачи сообщения, но и инструментом психологического воздействия.

Неотъемлемым компонентом любой рекламы, ее идейным зерном является не что иное, как слоган – короткое самостоятельное рекламное сообщение, которое хорошо запоминается и в яркой, образной форме передает основную идею рекламной кампании и объясняет зрителям основное предложение [1, с. 234].

Задача, которую выполняют слоганы для рекламы, – донесение до потребителя основного отличия или преимущества рекламируемого товара относительно других, создание определенного эмоционального отношения потребителя к товару или его качества и побуждение к приобретению товара [3, с. 89]. Чтобы решить эту задачу, следует уделить внимание лингвостилистическим средствам, используемым в слоганах для привлечения внимания потенциальных покупателей.

Ю.А. Воронцова в статье «Язык рекламных текстов» отмечает, что язык рекламы должен быть ярким. Авторы рекламных текстов используют огромные богатства русской лексики, экспрессивные возможности словообразования, синтаксических структур. Значительной особенностью языка рекламы является употребление в ней различных троп и фигур речи: эпитетов, метафоры, анафоры, повторов, олицетворений, сравнений и др. [4, с. 198].

Чтобы разобраться как язык влияет на восприятие и психику покупателей, проанализируем слоганы известных компаний:

«Россия – щедрая душа» – рекламный слоган, относящийся к продукции самарской кондитерской фабрики. Использование олицетворения в слогане позволяет компании связать свой продукт с положительными человеческими качествами. Это помогает создать эмоциональные связи с потребителями, отразить культурные ценности и создать положительные ассоциации с шоколадной плиткой.

«Всё будет в шоколаде» – слоган бренда шоколадной продукции «Mars». Использование метафоры «в шоколаде» вызывает чувство предвкушения, надежды и оптимизма. Она наводит на мысль о беззаботной и сладкой жизни. Шоколад ассоциируется с чувством комфорта и удовлетворения, что усиливает положительное эмоциональное воздействие слогана. Слово «всё» в слогане обобщает все аспекты жизни, намекая на то, что будущее не просто будет хорошим, а будет исключительным. Это создает ассоциации с благополучием во всех сферах.

«Мы работаем – вы отдыхаете» – рекламный слоган, принадлежащий компании бытовой техники «Indesit». Слоган построен на антитезе, противопоставлении двух противоположных понятий: «мы работаем» и «вы отдыхаете». Противопоставляя «наш труд» вашему «отдыху», слоган подчеркивает ценность продуктов и услуг. Резкий контраст между двумя понятиями привлекает внимание, создает чувство облегчения и благодарности у потребителей, которые понимают, что компания работает ради их удобства.

Можно сделать вывод о том, что рекламные слоганы богаты разнообразными языковыми средствами, которые помогают создать яркий и запоминающийся образ в сознании покупателей. Такая реклама эффективно позиционирует бренд, вызывают эмоции, которые резонируют с целевой аудиторией и побуждают потребителей совершить покупку.

Список литературы:

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Наука, 1966. 378 с.
2. Воронцова Ю.А. Язык рекламных текстов. // Международный научный журнал «Инновационная наука», – 2016. – № 5.
3. Свекла, Т.П. Слоган как основной компонент рекламного сообщения и его влияние на массовое сознание // Коммуникативные исследования. – 2015. – № 3 (5). – 87-95 с.
4. Лукьянова, Ю.А. Основные элементы рекламного текста и их языковые особенности // Актуальные вопросы филологии и переводоведения в свете современных исследований: Сборник научных статей по материалам XIV Международной научно-практической конференции – Чебоксары: ЧГПУ им. И.Я. Яковлева, 2017. – С. 196-200.

РУБРИКА

«ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ»

**СВАДЕБНЫЙ МОТИВ В ПОВЕСТИ ШОЛОМ-АЛЕЙХЕМА
«ТЕВЬЕ-МОЛОЧНИК»**

Ермакова Елена Васильевна

студент,

Высшая Школа Русской Филологии,

Тихоокеанский государственный университет,

РФ, г. Хабаровск

E-mail: 2019102747@pnu.edu.ru

Александрова-Осокина Ольга Николаевна

научный руководитель, д-р филол. наук, проф.,

Тихоокеанский государственный университет,

РФ, г. Хабаровск

**THE WEDDING MOTIF IN THE STORY OF SHOLOM ALEICHEM «TEVYE
THE MILKMAN»**

Elena Ermakova

Student,

Higher School of Russian Philology,

Pacific State University

Russia, Khabarovsk

Olga Aleksandrova-Osokina

Scientific supervisor, Doctor of Philology,

professor, associate professor,

Pacific State University,

Russia, Khabarovsk

АННОТАЦИЯ

Соломон Наумович Рабинович, больше известный по своему литературному псевдониму Шолом-Алейхем, являет собой писательскую фигуру, мало представленную в филологических исследованиях XXI века. Писатель идишкайта создаёт одно из самых известных произведений в контексте мировой литературы – повесть «Тевье-молочник», где передаёт устами главного героя не только любовь к своей национальной традиции, но и к своим женщинам – жене и пяти дочерям. На сегодняшний день произведение представляет собой жанр повести, однако до издания академического собрания сочинений писателя цикл рассказов «Наши дети» редактировался, не предвзято единой целостности произведения.

ABSTRACT

Solomon Naumovich Rabinovich, better known by his literary pseudonym Sholom Aleichem, is a literary figure who is little represented in the philological studies of the 21st century. The Yiddishkite writer creates one of the most famous works in the context of world literature – the story "Tevye the Milkman", where he conveys through the mouth of the main character not only love for his national tradition, but also for his women – his wife and five daughters. To date, the work is a

novel genre, however, before the publication of the academic collection of the writer's works, the cycle of short stories "Our Children" was edited without prejudice to the unified integrity of the work.

Ключевые слова: свадебный мотив; Шолом-Алейхем; Тевье; идишкайт; литературоведение; переводческие произведения; национальная традиция; сватовство; дочери.

Keywords: the wedding motif; the Sholom Aleichem; the Tevye; the Yiddishkayt; the literary studies; the translated works; the national tradition; the matchmaking; the daughters.

Соломон Наумович Рабинович, больше известный по своему литературному псевдониму Шолом-Алейхем, являет собой писательскую фигуру, мало представленную в филологических исследованиях XXI века. Писатель идишкайта создаёт одно из самых известных произведений в контексте мировой литературы – повесть «Тевье-молочник», где передаёт устами главного героя не только любовь к своей национальной традиции, но и к своим женщинам – жене и пяти дочерям. На сегодняшний день произведение представляет собой жанр повести, однако до издания академического собрания сочинений писателя цикл рассказов «Наши дети» редактировался, не предвзято единой целостности произведения.

Свадебный мотив как один из ведущих мотивов в рамках фольклорных произведениях о судьбе народа раскрывают не столько ориентиры национальной культуры, сколько «настоящую народную душу». Так, одним из ярких примеров мотива в русской классической литературе, который напрямую сопоставим с произведением «Тевье-молочник», является повесть Александра Сергеевича Пушкина «Станционный смотритель». Свадебный мотив напрямую не раскрывается в произведении, однако судьба «маленького человека» Самсона Вырина, вырастившего дочь самостоятельно и добродетельно, предрешается варварским решением гусара Минского жениться не благодаря, а вопреки воли отца. Свадебный мотив в русском национальном фольклорном сказе играет огромную роль, являясь лейтмотивом в сюжетном завершении сказок о прекрасных царевнах или геройствующих царевичах: «Елена Прекрасная», «Сказка о царе Салтане», «Елена Премудрая», Царевна-лягушка», «По щучьему веленью» и во многих других. Наличие свадебного мотива в повести «Тевье-молочник» позволяет нам говорить о произведении в свете фольклористики.

Повесть о Тевье-молочнике строится в каноне эпистолярного жанра – главный герой Тевье обращается к писателю по средством писем и просит написать о его судьбе книгу. В самой первой главе «Аз недостойный» Тевье говорит о своём главном намерении – выдать дочерей замуж, что является основной линией сюжета в данном произведении. Хотя и проблематика произведения обширна – диалог с богом, фольклорная составляющая семантического поля произведения, этнология еврейского мировоззрения, проблема счастья и денег, но всё же судьба дочерей как будущих жён является головным мотивом, о чём Тевье-молочник говорит в обращении к Шолом-Алейхему: «Сейчас это, знаете ли, было бы очень кстати: я собираюсь вскоре начать подумывать о свадьбе – дочь надо замуж выдать...» [7].

Отцовская линия в психологизме образа Тевье занимает, пожалуй, ключевую позицию. В повествовании героя большую часть хронотопа Тевье обеспокоен судьбой своих дочерей: «Растил я чад своих и пестовал...», в финале произведения герой возвращается к отцовской роли уже дедушкой для своих внучат, что, на наш взгляд, подтверждает главную идею произведения. Дочери Тевье-молочника характеризуются, как единый образ красивых молодых девушек, с ярким экспрессивным характером: «Мои дочери, – говорю я, – упаси бог, не такие, чтобы за них говорить надо было: они и сами за себя постоять могут»; «Во-первых, господь бог благословил меня красивыми дочерьми, а красивое лицо, как вы сами говорите, – половина приданого» [7]. В повести несколько раз упоминается о том, что Тевье обладатель семи дочерей, однако замуж выдаёт в самом сюжете – пятерых.

Мать, которая прототипична главной любви и единственной жены в жизни Шолом-Алейхема, Голда как главный женский образ в семье полностью отвечает за быт и воспитание дочерей. Образ женщины в мировоззрении главного героя Тевье имеет особую позицию, об этом он так говорит сам: «баба бабой остаётся», «благославен создавший меня не женщиной» [7] – отсюда мы видим патриархальный ортодоксальный взгляд на семейный уклад еврея Тевье.

Подводя главным образом к воплощению свадебного мотива в повести, предлагаем рассмотреть эпизоды, в которых отец выдаёт замуж своих дочерей.

Старшая дочь семьи названа в честь своей бабушки – Цейтл. Тевье, мечтавший выдать замуж за богатых мужей своих красавиц-дочерей, получает предложение от мясника Лейзер-Волфа, который первым изъявил желание о красавице-жене и хозяйке его дома – старшей дочери простого молочника. Хотя и дочь Тевье по его соображениям «не та, которую продавать нужно», всё же решает, что зять-мясник в их социальном мещанском положении – союз, который приведёт семью к достатку. В патриархальном укладе семьи и получилось бы так, что дочь должна бы выйти замуж за наилучшую партию по мнению отца семейства, однако в неслучае Тевье. Тевье-молочник уважил выбор Цейтл, которая, как оказалось, давно себе выбрала жениха – бедного портного Мотла Камзола. Забегая вперёд, нужно сказать, что фраза «любить до гробовой доски», «пока смерть не разлучит нас» – характеризует возлюбленных Цейтл и Мотла, поскольку прожили они по сюжету повести в бедности, но долго и счастливо.

Вторая дочь – Годл последовала зову сердца также, как и старшая Цейтл, выбрав в мужья простого как фраза «душа на распашку», умного и сердечного парня по имени Перчик. Как истинная «декобристка», Годл рассталась с семьёй и последовала за мужем-революционером. Потревожить семью заявлением о возможном приговоре новоиспечённая чета не решилась. Так, обливаясь слезами Годл следует за своим мужем – Перчиком, никогда больше не возвращаясь в отчий дом. Сам Феферл из простой семьи, но так как посещает хедер и имеет живой ум – очень нравится отцу семейства Тевье: «Вот тогда-то мы и прозвали его «Феферл», переделали, то есть его имя на еврейский лад. И можно сказать, что все мы его полюбили, как родного, потому что по натуре он, надо вам знать, и в самом деле славный паренёк, без хитростей...» [7]. По-прежнему мечтая разбогатеть и отдать дочерей за состоятельных мужей, всё же покоряется выбору дочери, отпуская её в дальнюю дорогу к своему любимому.

Хава – третья из дочерей, которая решает свою судьбу сама, не идя на уступки убеждениям отца. Выбирая в мужья «Второго Горького», она уходит из семьи практически до самого конца дней самого Тевье. С выбором третьей дочери Тевье-молочник оказывается не примером, а причиной этому сопротивлению – нация русского Фёдки писаря. Кульминационный момент диалога с богом Тевье прерывается настоящим разговором с бабушкой, где представители двух культур говорят о двух богах, но, как ещё когда-то сказал Шекспир, «Нет повести печальнее на свете, чем повесть о Ромео и Джульетте», влюблённая еврейка Хава и русский Фёдор выбирают друг друга несмотря на разницу культур. Финал произведения оканчивается встречей Хавы и Тевье, которые наконец обнимаются: «Но опять-таки родное дитя... «Как отец жалеет детей своих». Разве можно человеку быть таким жестоким, если сам бог говорит о себе, что он – бог всепрощающий!» [7]

Четвёртая дочь, характеризующаяся одноимённой главой «Шпринца» и оканчиваясь трагическим образом, не смогла смириться с невозможностью взаимной любви. Один из ведущих свадебных мотивов во взгляде отца семейства – выдать замуж за «удачного» богатого мужа не перестаёт быть единственно главным ни в одной главе: «Что мне жизнь и что мне целый свет. Если нету счастья, если денег нет?» [7] – Так, напевая песенку по пути домой в Бойберик, Тевье, как нельзя лучше характеризует основную ценность счастья по-еврейски, чего желает и своим дочерям. Торгуя в один из дней маслом и молоком в Егупце, Тевье-молочник знакомится с богатой вдовой, которая приехала из Екатеринославля вместе с сыном «Арончиком». Юный «ристократ» совершенно не радуется своим интересам в жизни: «С Арончиком у неё беда! Помилуйте, парню двадцать с лишним лет, а у него одни лошади да «лисапед» на уме, да ещё рыбная ловля, а больше, говорит, он знать ничего не желает. Слышать не хочет ни о делах, ни о деньгах... Только и знает – тратить, руки у него, говорит, дырявые!» [7]. Однако, познакомившись с Тевье-молочником, приезжает к нему на блины в гости, «потолковать» о жизни, да вразумить по-взрослому. Там, увидев Шпринцу, Арнольд решает жениться. Браку не суждено было случиться при всём позволении отца и несомненным согласием дочери. Мезальянс сословий предотвратила мать, увезя молодого парня домой. Шпринца молча, приняв удар судьбы и не смирившись с ним, утопилась в реке. Глава о четвёртой дочери заканчивается озадаченностью о смерти с открытыми глазами: «Когда человек умирает, он почти всегда лежит с закрытыми глазами... У утопленников глаза открыты... Не знаете, почему это так?» [7].

Глава с неоднозначным названием «Тевье едет в Палестину» повествует нам о судьбе пятой дочери – Бейлки, которая-таки выходит замуж за богатого и умного предпринимателя, который жаждал в жёны заполучить красавицу благодаря помощи Эфраима-свата. После обряда

бракосочетания молодожёны уезжают до зимы «в какую-то Наталию» [7]. После поездки Тевье приходит в дом молодожёнов, думая о своём достигнутом достатке. Однако, встречая отца, как «нищего у дверей» [7] и, приглашая за стол с дочерью, Педоцур предлагает простому молочнику уйти к святой земле в Палестину. На прощанье Тевье решает поговорить с Бейлкой и узнаёт о том, что в светском обществе князьям не принято говорить о бывшей «грязи» – муж требует забыть отца и врать о своём дворянском происхождении. «Доставая звёздочку с неба» для Бейлки, он иссушает её душу, где семья занимает не последнее место. Впоследствии Педоцур обанкротится и вместе с Бейлкой будет совместно трудиться в Америке, а сам Тевье в Палестину так и не уйдёт.

Повесть о Тевье-молочнике – одно из культовых произведений Шолом-Алейхема, нашедшее своё воплощение во многих жанрах и видах искусства. Так, в театре повесть была переложена на сценарии спектаклей «Скрипач на крыше», «Поминальная молитва», в кинематографии произведение представилось одноимённым фильмом «Тевье-молочник». Творчество писателя, как и сама повесть, представляет собой научную лакуну в области современного литературоведения, которую только предстоит изучить.

Список литературы:

1. Гамалей, С.Ю. Творчество Шолом-Алейхема в биробиджанском государственном еврейском театре им. Кагановича // Имена и события прошлого. 2023. С. 76-81. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorchestvo-sholom-aleyhema-v-birobidzhanskom-gosudarstvennom-evreyskom-teatre-im-l-kaganovicha> (дата: 22.12.2024 г.)
2. Юми Накагава, Шолом-Алейхем, А.В. Амфитеатров и журнал «Современник» в 1911-1912 гг. // Вестник РГГУ. Серия «Журналистика. Литературная критика». 2008. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorchestvo-sholom-aleyhema-v-birobidzhanskom-gosudarstvennom-evreyskom-teatre-im-l-kaganovicha> (дата использования 22.12.2024 г.)
3. Френкель, А. «Ваш перевод предназначался для большой русской публики»: переписка между Шолом-Алейхемом и Саррой Раввич // Архив еврейских историй. Том 14. 2024. С. 335-446. URL: https://gorky.media/wp-content/uploads/2024/08/Arhiv14_978-5-907767-55-3_2_1-dragged.pdf?ysclid=m5p9owk1ph610899841 (дата использования 22.12.2024 г.)
4. Френкель, А. Русский писатель Шолом-Алейхем // Журнал НЛЮ. Исследования. № 2. 2012. С. 189-235. URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2012/2/russkij-pisatel-sholom-alejhem.html?ysclid=m5p9qafw5n638760877> (дата обращения 22.12.2024 г.)
5. Френкель, А. Шолом-Алейхем навсегда. Запоздавшая история Тевье-молочника // Народ книги в мире книг. URL: http://narodknigi.ru/journals/142/zapozdavshaya_istoriya_teve_molochnika/ (дата обращения 22.12.2024 г.)
6. Френкель, А. Формирование «русского советского канона» Шолом-Алейхема // Jews and Slavs. Том 26. 2020. С. 228-248. URL: https://www.academia.edu/43935341/%D0%A4%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D1%80%D1%83%D1%81%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D0%B0_%D0%A8%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%90%D0%BB%D0%B5%D0%B9%D1%85%D0%B5%D0%BC%D0%B0 (дата обращения 22.12.2024 г.)
7. Шолом-Алейхем. «Тевье-молочник» // Собрание сочинений: том 1. Москва. 1960. URL: https://lib.ru/INPROZ/ALEJHEM/tevie.txt_with-big-pictures.html (дата обращения: 22.12.2024 г.)
8. Пушкин, А.С. Повести покойного Ивана Петровича Белкина. Станционный смотритель: [электронный ресурс]. URL: <https://ilibrary.ru/text/89/p.5/index.html?ysclid=m5pa899jmg74030962> (дата обращения 22.12.2024 г.)

ИСТОКИ ОБРАЗА НИМФЕТКИ В РАННЕМ ТВОРЧЕСТВЕ В.В. НАБОКОВА: “КАМЕРА ОБСКУРА”

Ермоленко Анастасия Андреевна

студент,

*Институт филологии и социальных коммуникаций,
Луганский государственный педагогический университет,*

РФ, г. Луганск

E-mail: anastasiaermolenko07@gmail.com

THE ORIGINS OF THE IMAGE OF THE NYMPHET IN THE EARLY WORKS OF V.V. NABOKOV. NABOKOV: “CAMERA OBSCURA”

Anastasiia Ermolenko

Student,

*Institute of Philology and Social Communications,
Lugansk State Pedagogical University,*

Russia, Lugansk

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию темы нимфолепсии в раннем творчестве В.В. Набокова. В статье рассматривается сущность понятия «нимфолепсии» как художественной проблемы. Основу работы составляет изучение образа нимфетки в произведениях мировой литературы, написанных до появления набокковского типа героини; выделены основные функции данного образа в творчестве В.В. Набокова. На примере героини Магды из «Камеры обскура» исследуются особенности нимфетки, которые позже будут раскрыты в «Лолите». Данная статья может быть полезна литературоведам и филологам, исследующим проблему образа нимфетки в раннем творчестве В.В. Набокова.

ABSTRACT

The article is devoted to the study of the theme of nympholepsy in the early work of V.V. Nabokov. The article deals with the essence of the concept of “nympholepsy” as an artistic problem. The basis of the work is the study of the image of a nymphet in the works of world literature written before the appearance of Nabokov's type of heroine; the main functions of this image in the works of V.V. Nabokov are highlighted. On the example of the heroine Magda from “Camera Obscura” the features of the nymphet, which will later be revealed in “Lolita”, are studied. This article may be useful to literary critics and philologists who study the problem of the image of the nymphet in the early works of V.V. Nabokov.

Ключевые слова: образ нимфетки, нимфолепсия, мировая литература, художественные функции нимфеток.

Keywords: image of a nymphet, nympholepsy, world literature, artistic functions of nymphets.

Русская литература богата разнообразием образов, каждый из которых оказывает влияние на развитие и понимание всего литературного процесса. Одним из таких образов является образ нимфетки, который воплощает в себе не только неистраченность, свежесть и чувственность юности, но и вызывает множество эмоциональных и эстетических переживаний у читателя. Однако образ нимфетки изучается преимущественно на материале романа В.В. Набокова «Лолита». При этом его истоки можно обнаружить в творчестве Э.А. По, А.А. Блока и других, в том числе и в раннем творчестве самого В.В. Набокова. В романе «Камера обскура» моделируется образ нимфетки, который позже будет многогранно раскрыт в «Лолите». Поэтому мы обратимся к раннему творчеству В.В. Набокова, в котором формируется основной круг

мотивов, тем, образов и сюжетов, составляющих специфику художественного мира писателя в целом.

В прямом смысле слова нимфолепия представляет собой патологическую привязанность взрослых мужчин к девочкам-подросткам. В литературе такая тематика часто обсуждается с философско-художественной перспективы, где молодая героиня рассматривается не столько с эротической стороны, сколько в символическом контексте. Нимфолепия как эстетическая проблема создает художественный мир, где демонстрируется святость девственности, духовной чистоты и детства. Здесь изображённое развращённое дитя является символом утраты рая и отказа от божественной воли, а также олицетворением привлекательной сладости и греха, что свидетельствует об извращённости человеческой природы.

В литературе термин «нимфетка» связан с выходом в свет англоязычной версии романа «Лолита», автором которого является В.В. Набоков.

Этот неологизм вскоре стал общеупотребительным и закрепился в словарях, а само имя женского персонажа романа Лолита стало нарицательным и воспринимается теперь синонимом к слову «нимфетка» как «единственный образ, вышедший из литературы второй половины нашего века, который точно так же, как Гамлет, Дон-Кихот и Бовари, превратился в миф и оказался включённым в культуру и занесённым на мировую карту чувственности» [8].

Сам В.В. Набоков определил этот тип «девочки-женщины» следующим образом: «В возрастных пределах между девятью и четырнадцатью годами встречаются девочки, которые для некоторых очаровательных странников, вдвое или во много раз старше них, обнаруживают истинную свою сущность – сущность нечеловеческую, нимфическую (т.е. демоническую); и этих избранниц я предлагаю именовать так: нимфетки» [1].

До «Лолиты» В.В. Набоков написал повесть «Волшебник» (1939), в которой уже прослеживается концепция будущего прославленного романа. Безымянный герой этой повести повторяет манёвр Гумберта (главного героя романа «Лолита») – женится на женщине, к дочери которой он испытывает запретную страсть. Этот пассаж влюблённого афериста позволяет ему оказаться в непосредственной близости с объектом своих тайных желаний. Исследование запретной страсти, или, как немецкий писатель Т. Манн сказал, «больничной темы», было характерно для авторов европейской и русской литературы начала XX века и продолжалось во второй половине прошлого столетия.

Стоит отметить, что героини такого типа – юные и одновременно демонические – появлялись и ранее. В русской литературе ими были девочка-подросток Матрёна из «Бесов» Ф.М. Достоевского, девушка из «Распада атома» Г.И. Иванова, Оля Мещерская из «Легкого дыхания», Натали из одноимённого рассказа, а также девочки из рассказа «Зойка и Валерия» И.А. Бунина [6].

В тексте «Лолиты» Набоков указывает на то, что и до этого в мировой литературе существовали нимфетки. «...Данте безумно влюбился в свою Беатриче, когда минуло только девять лет ей, такой искрящейся, крашеной, прелестной, в пунцовом платье с дорогими камнями, а было это в 1274-ом году, во Флоренции, на частном пиру, в веселом мае месяце. Когда же Петрарка безумно влюбился в свою Лаурину, она была белокурой нимфеткой двенадцати лет, бежавшей на ветру, сквозь пыль и цветень, сама как летящий цветок, среди прекрасной равнины, видимой с Воклюзских холмов» [5, с. 22]. Эта цитата является фразой героя Гумберта. Через исторические прецеденты он пытался оправдать свои сексуальные пристрастия к юной девочке, при этом искажая некоторые факты.

А.М. Зверев пишет об этом следующим образом: «Размышляя о “нимфолепии”, ставшей его судьбой, Гумберт, конечно, вспомнит встречу на флорентийской улице в 1274-м, когда будущей госпоже Портинари действительно сравнялось лишь девять, вспомнит и пожизненную любовь Петрарки к Лауре, для своего успокоения подтасовав даты: в момент знакомства Лаура была не «белокурой нимфеткой двенадцати лет», а девушкой, достигшей восемнадцатилетнего рубежа. Но у Долорес Гейз есть только возрастная общность с великими прообразами. Да Гумберту вовсе и не нужно, чтобы предмет его обожания, безраздельно земного, обладал каким-то сходством с той, которая знаменовала для Данте новую жизнь – постижение бессмертной красоты и вечной истины христианства» [2].

Однако Гумберт рассуждает не только об этих случаях влечения к нимфеткам, ведь по роману также рассыпаны многочисленные отсылки на личность и творчество Э.А. По.

Роман «Лолита» начался с Аннабели – это факт, который для Гумберта был очевиден. Девочка-жена поэта Вирджиния Клем решила связать свою жизнь с Э.А. По, который был ее кузеном, когда той было всего тринадцать лет. Чтобы этот союз стал официальным, им пришлось подкупить свидетелей и «добавить» ей ещё три года к возрасту [3].

Встреченная Гумбертом до поступления в гимназию девочка англо-голландского происхождения, которой ещё не было тринадцати, умерла, едва перейдя эту возрастную черту. Эпизод «Княжество у моря», являющийся одним из наиболее запоминающихся в «страдальческом отрочестве» Гумберта, можно считать предвестником «удара страсти», который он испытает, встретив нимфетку, являющуюся прототипом самой Лолиты или даже превосходящую её. Всё должно повториться, чтобы воссоздать незабываемую атмосферу того лета: чувство влюблённости, «неистовое стремление ко взаимному обладанию», абсолютное слияние духа и тела [2]. Данные мотивы можно наблюдать и в самом творчестве Э.А. По, обратившись к его стихотворению «Аннабель Ли». В письме Уилсону от апреля 1947-го В.В. Набоковым упоминается рукопись о «небольшом романе о человеке, питающем страсть к маленьким девочкам, – “Княжество у моря” (этот отзвук магического стихотворения Эдгара Аллана По «Аннабель Ли», посвященного памяти Вирджинии, его совсем юной жены, останется на первой странице законченной книги)» [2]. Долгое время рукопись, впоследствии ставшая романом, называлась по этой строке, в старом переводе К. Бальмонта звучащей немного иначе: «Королевство приморской земли».

Таким образом, мы видим, что у образа нимфетки есть истоки в мировой литературе, на что сам В.В. Набоков и указывает.

По мнению писателя, нимфетки – это девочки 9–14 лет, красота в них не является критерием, однако вульгарность не исключает. Среди других сверстниц их отличают таинственные черты, сама нимфетка не осознаёт своей сущности, поэтому и великолепна в своей невинности. Эти девочки-подростки обладают сексуальной и эстетической притягательностью. Набоков описывает их как «юное демоническое существо», являющееся, по сути, «единственно мыслимой в наши дни роковой женщиной» [7].

«Камера обскура» появилась задолго до публикации «Лолиты», в которой В.В. Набоков обозначил главные особенности нимфеток [4]. Функции этого образа в двух романах различаются. Основными факторами, которые их сближают, можно назвать возраст, ведь Магда на момент отношений с Кречмаром было пятнадцать, а Лолите – двенадцать; также то, что они вызывают сексуальную заинтересованность у взрослых мужчин. На этом сходства, пожалуй, заканчиваются. Магда знала, что она молода и прекрасна, поэтому пользовалась этим, а нимфетки чаще всего не задумываются о своей исключительности; она испортила жизнь Кречмару, понимая, насколько дорогими для него являлась семья и постоянно пыталась иметь выгоду с мужчин, которым она нравилась.

В этом произведении у Набокова просматриваются задатки того образа нимфетки, правильного и невинного, о котором сейчас принято говорить.

Магда – это героиня с насыщенным и многогранным характером, оказывающая влияние на жизнь и решения Бруно Кречмара. Её доминирование над мужчиной прослеживается через явное властное отношение. Она проявляет себя так, словно осознала полностью свою привлекательность и властные возможности над Кречмаром, поэтому целенаправленно играет на его чувствах и слабостях, создавая зависимость и манипулируя им. Поступки девочки, несмотря на юный возраст, кажутся хладнокровными и продуманными, и разрушают семейные устои Кречмара.

В свою очередь, Бруно Кречмар предстает как мужчина, поглощённый Магдой, ставший её жертвой. Собственная зависимость, страсть и готовность идти на любые уступки, в попытке удовлетворить капризы нимфетки, делают мужчину уязвимым перед манипуляциями девочки. Возможно, если бы не такая заинтересованность в ней, его жизнь не закончилась настолько трагично.

В.В. Набоков прекрасно показал два психологических портрета, где один из персонажей зависит материально, а другой – телесно, но не духовно. Кречмара привлекала девственная красота Магды, поэтому он потерял рассудок, испытывая пылающую страсть к ней.

По характеру он считал Магду инфантильной, безумной, глупой и непонимающей. В то же время, вспоминая сцену их встречи в кафе, когда девочка снимала пальто, Бруно восторгался красотой её спины и лопаток, которыми она так легко двигала (то есть отмечал, насколько она прекрасна внешне). Этим и объясняется тоска по жене, с которой он не хотел разрывать брак, потому что Аннелиза была зрелой морально, и он за столько лет в браке привык к спокойному течению событий. Однако дерзкая Магда ворвалась в его жизнь импульсивными поступками, трудным характером и внешней утонченностью юного тела. Именно она овладела разумом Бруно Кречмара.

Быть может, если бы не такая погружённость в человека и не слепая вера ему, Кречмар остался жив и увидел эту жизнь во всех красках, которые не замечал до этого из-за «внутренней слепоты».

Автор с уникальным мастерством создаёт сложный и противоречивый образ героини. Нимфетка предстаёт перед нами как феномен, обладающий внешней красотой и в то же время внутренней скудностью мыслей. Это оправдывается не столько возрастом, сколько скверным характером Магды.

В.В. Набоков делает Магду нимфеткой, чтобы показать читателю, как жизненные условия и характер могут влиять на действия самого человека. Мы видим, как Магда даёт отчёт своим поступкам и лишь наслаждается тем, как влюблённый в неё мужчина готов выполнить любые просьбы взамен на её нахождение рядом с ним.

Таким образом, нимфетке в романе «Камера обскура» неважно, кто будет рядом, главное, чтобы её обеспечивали и терпели все капризы. Умение лгать спасало Магду не раз и выставляло в хорошем свете перед Бруно, но ложь, в её случае, раскрылась. Она играла чувствами Кречмара, чтобы обеспечить себе лёгкую и богатую жизнь, в которой всё достигается по одной просьбе. Умение манипулировать позволило ей стать актрисой, что было мечтой девочки. Провал её роли в кинокартине позволяет нам удостовериться, что это персонаж, лишённый «живости», желающий подчинять других красотой плечиков и не более. Образ этой героини в раннем творчестве В.В. Набокова можно считать истоком образа «нимфетки», который позже будет раскрыт автором с большим мастерством в романе «Лолита».

Список литературы

1. American Book Review. Цитата из аннотации на книгу Н. Джонс «Молли» / Н. Джонс: Роман // Пер. с англ. Т. Косова. – М. : Махаон, 2003. – С. 225.
2. Зверев А.М. Набоков. Итака, штат Нью-Йорк. [электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <http://nabokovlit.ru/nabokov/bio/zverevnabokov/itakashtak.htm/> (дата обращения: 22.11.2023).
3. Ковалёв Ю.В. Эдгар Аллан По. Новеллист и поэт: Монография. – Л. : Художественная литература, 1984. – 296 с.
4. Набоков В.В. Камера обскура. [электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <http://nabokovlit.ru/nabokov/proza/kamera-obskura/kamera-obskura-1.htm/> (дата обращения: 03.12.2023).
5. Набоков В.В. Лолита. – М. : Известия, 1989. – 370 с.
6. Поздняков Н.Н. Образ нимфетки в современной зарубежной прозе как прецедент трансатлантизма в литературе. [электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <http://nabokov-lit.ru/nabokov/kritika/pozdnyakov-obraz-nimfetki.htm/> (дата обращения: 22.11.2023).
7. Холандер Дж. Гибельное очарование нимфеток / Пер. с англ. Н. Пальцева. [электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <https://svscena.ru/Buki/Klassik-byez-ryetushi.132.html/> (дата обращения: 24.11.2023).
8. Шепелев А.А.Ф.М. Достоевский в художественном мире В.В. Набокова. Тема нимфолепсии как рецепция темы «Ставрогинского греха»: дис. канд. филол. наук: 10.01.01 – Русская литература. – Тамбов, 2003. – 212 с.

РУБРИКА

«МАРКЕТИНГ»

МАРКЕТИНГ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ
НА КИТАЙСКОМ РЫНКЕ*Ван Сай**студент, кафедра маркетинга,
Российский университет дружбы народов,
РФ, г. Москва
E-mail: 1032218203@pfur.ru*

В последние годы онлайн-образование стало важной частью образовательной системы в Китае, что обусловлено несколькими факторами, такими как рост доступности интернета, увеличение числа мобильных устройств и изменение потребностей взрослого населения в получении новых знаний и навыков. КНР активно инвестирует в цифровую инфраструктуру, что в свою очередь создает оптимальные условия для развития онлайн-образовательных платформ. Актуальность темы маркетинга онлайн-образования для взрослых заключается в необходимости адаптации образовательных услуг к специфике китайского рынка, где культура, экономика и социальные факторы существенно влияют на выбор потребителей.

Рынок онлайн-образования в Китае демонстрирует впечатляющие темпы роста на протяжении последних нескольких лет. По данным различных исследований, в 2023 году объем рынка онлайн-образования в Китае оценивался в более чем 400 миллиардов юаней (примерно 60 миллиардов долларов США). Прогнозы предполагают дальнейшее увеличение этого показателя с сохранением темпов роста на уровне 20-30% в год.

Ключевыми факторами, способствующими этому росту, являются:

Увеличение доступа к интернету.

С увеличением числа пользователей интернета, особенно в сельских и удаленных районах, возможности для онлайн-обучения становятся доступнее. Изменения в потребностях населения. В условиях стремительно меняющегося рынка труда взрослые стремятся повысить свою квалификацию и освоить новые навыки, что стимулирует спрос на онлайн-курсы.

Технологический прогресс: Развитие мобильных технологий и платформ для онлайн-обучения позволяет доставлять контент более эффективно.

На рынке онлайн-образования в Китае существует множество компаний, каждая из которых предлагает уникальные решения и курсы. К числу ключевых игроков относятся: TAL Education Group: Один из крупнейших операторов онлайн-образования, предлагающий широкий спектр курсов для учащихся всех возрастов. New Oriental: Признанный лидер в подготовке к экзаменам и изучении иностранных языков, предлагает крупные онлайн-программы. VIPKid: Специализируется на преподавании английского языка детям через онлайн-платформу, связывая их с носителями языка. Huijiang: Обеспечивает разнообразные курсы по различным дисциплинам, включая профессиональное обучение и развитие навыков. Coursera и edX: Хотя они международные платформы, они также активно действуют на китайском рынке, предлагая курсы от ведущих университетов.

Государственные инициативы играют значительную роль в формировании рынка онлайн-образования в Китае. В последние годы правительство страны активно поддерживает развитие этого сектора через различные программы и реформы: Изменения в законодательстве: Введение новых законов и норм, направленных на защиту прав потребителей и улучшение качества образовательных услуг, способствует созданию более безопасной и конкурирующей среды. Государственные субсидии и финансирование: Для стимулирования онлайн-

образования и повышения доступности образования для всех слоев населения, правительство выделяет средства на поддержку образовательных инициатив. Программы "Образование для всех": В рамках этих программ правительство создает условия для доступа к качественному образованию в удаленных и бедных регионах, что включает в себя развитие онлайн-форматов.

Взрослые учащиеся в основном находятся в возрасте от 25 до 45 лет, имеют разный уровень образования, но большинство из них уже завершило формальное обучение. Среди них встречаются как обладатели высшего образования, так и лица с средним специальным, стремящиеся получить новые знания и навыки. Значительная часть этих студентов уже работают или управляют бизнесом и прилагают все усилия для повышения своей конкурентоспособности на рынке труда.

Основной потребностью взрослых учащихся является гибкость в обучении. Они предпочитают возможность совмещать учебу с работой и личными делами. Важным аспектом является также доступ к курсам, которые предоставляют практические навыки, востребованные в современных реалиях. Кроме того, взрослые ценят поддержку и наставничество, так как это помогает им получать обратную связь и расширять кругозор через взаимодействие с другими учащимися.

Факторы, способствующие выбору онлайн-образования, включают временные ограничения и необходимость адаптироваться к постоянно меняющимся требованиям рынка труда. Гибкие графики и разнообразие курсов делают онлайн-образование привлекательным решением для тех, кто хочет развиваться без ущерба для личной жизни и карьеры.

Основным целевым сегментом является бизнес, интересующийся повышением квалификации своих работников. Китайские компании осознают важность непрерывного обучения для повышения производительности и конкурентоспособности, поэтому они активно ищут эффективные решения в области онлайн-образования. В этом контексте понимание специфики нужд и запросов различных секторов, таких как ИТ, финансы, производство и управление, помогает разрабатывать специализированные образовательные программы, более точно соответствующие требованиям рынка.

Для привлечения этих компаний можно использовать несколько эффективных методов. Контент-маркетинг, например, позволяет продемонстрировать экспертизу и компетенции компании через статьи, исследования, вебинары и видеоматериалы. Социальные сети, такие как WeChat и Weibo, служат отличной платформой для взаимодействия с потенциальными клиентами, позволяя делиться успехами и отзывами пользователей. Участие в выставках и конференциях дает возможность непосредственно общаться с клиентами, презентовать свои курсы и выстраивать сетевые связи. Такие мероприятия также создают возможность обмена опытом и понимания тенденций и нужд рынка.

Создание имиджа и доверия к бренду – ключевое направление в B2B маркетинге. Важно формировать положительное мнение о компании через PR-кампании, которые подчеркивают уникальность и преимущества предлагаемых курсов. Публикации в специализированных изданиях, рассказы о успешных кейсах и отзывов клиентов способствуют укреплению репутации и повышению доверия к брендированной образовательной платформе. Кроме того, важно продвигать образовательные достижения и метрики успеха, чтобы компании могли видеть конкретные результаты инвестиций в обучение своих сотрудников.

Анализ текущих трендов показывает, что рынок онлайн-образования для взрослых в Китае будет продолжать расти. По прогнозам, к 2025 году объем рынка может увеличиться на 30–40%, что создаст новые возможности для компаний. Основные направления для дальнейшего исследования включают технологии искусственного интеллекта в образовании, микробные и модульные курсы, а также интеграцию различных образовательных форматов.

Онлайн-образование для взрослых в Китае демонстрирует высокую динамику роста и привлекает внимание как частных, так и корпоративных клиентов. Успешные компании применяют передовые маркетинговые стратегии, но также сталкиваются с непростыми вызовами, такими как конкуренция и необходимость адаптации к культурным контекстам. Поэтому важно продолжать мониторинг рынка и адаптировать подходы, чтобы успешно конкурировать

на этом высокоразвитом и разнообразном рынке. Рекомендации для последующих действий включают углубление понимания целевой аудитории, исследование новых технологий и разработку уникальных образовательных решений, соответствующих местным требованиям.

Список литературы:

1. Переводные заимствования поколлекции Интернет в английском сегменте [электронный ресурс] <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.865149/pdf?isPublishedV2=false> (Дата обращения: 16.08.2024 г).
2. Интернет Плюс [электронный ресурс] <https://baxtiyor.uz/ta-lim-tizimini-isloh-etish-islohot-larning-bir-qismi-sifatida/> (Дата обращения: 28.04.2024 г).

РАЗВИТИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ SMM НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Чумакова Софья Александровна

студент, кафедра маркетинга,
Российский университет дружбы народов,
РФ, г. Москва

E-mail: sofya.chumakova.04@bk.ru

Чернышева Анна Михайловна

научный руководитель, канд. экон. наук,
Российский университет дружбы народов,
РФ, г. Москва

THE DEVELOPMENT AND USE OF SMM TOOLS AT THE CURRENT STAGE

Sofya Chumakova

Student,
Department of Marketing,
Russian University of Peoples' Friendship,
Russia, Moscow

Anna Chernyshova

Scientific supervisor,
Candidate of Economic Sciences,
Russian University of Peoples' Friendship,
Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена подходу к обучению персонала предприятий с акцентом на компетенции. Рассматриваются современные методики и модели подготовки сотрудников, а также их влияние на эффективность организации.

ABSTRACT

The article focuses on the competence approach in training enterprise personnel. It discusses modern methodologies and models for staff training, and their impact on organizational efficiency.

Ключевые слова: компетенции; обучение; персонал.

Keywords: competencies; training; personnel.

1.1. Определение SMM (социальная медиа маркетинг)

Социальная медиа маркетинг (SMM) представляет собой стратегический подход к продвижению продуктов, брендов или услуг через платформы социальных сетей. В отличие от традиционных каналов рекламы, таких как телевидение или печатные издания, SMM охватывает платформы, ориентированные на активное взаимодействие с пользователями, такие как Instagram*, Facebook*, Twitter*, LinkedIn, TikTok и другие. Это возможность не только продвигать товар, но и строить диалог с потенциальными клиентами, предлагать им ценный контент и устанавливать долгосрочные отношения.

SMM охватывает не только создание контента (включая текстовые, визуальные и видеоматериалы), но и использование платных рекламных кампаний, аналитических инструментов, а также работу с сообществами пользователей. Основная цель таких стратегий – увеличить вовлеченность аудитории, повысить узнаваемость бренда и, в результате, повлиять на продажи.

В SMM важно понимать, что это не просто инструмент для распространения рекламы. Это процесс взаимодействия с аудиторией, формирования доверия и поддержки, выявления потребностей и предпочтений пользователей через платформы, с которыми они активно взаимодействуют.

1.2. Важность SMM для бизнеса и маркетинга

С развитием цифровых технологий и интернета бизнесы нашли новые способы общения с потребителями, и именно социальные сети стали ключевыми игроками в этом процессе. Традиционные методы маркетинга, такие как телевизионная реклама или баннеры в Интернете, постепенно уступают место более персонализированным и активным формам взаимодействия.

SMM не только позволяет компаниям заявить о себе в огромной цифровой среде, но и способствует более серьезному пониманию потребностей своей аудитории. За счет подробной аналитики и данных, которые создаются на платформах, маркетологи могут сегментировать аудиторию, адаптировать контент и предлагать таргетированные рекламные кампании, что повышает отдачу от вложенных средств.

Важность SMM для бизнеса заключается также в возможности быстрого реагирования на изменения потребительских предпочтений. Платформы, такие как Twitter* или Instagram*, позволяют моментально выстраивать коммуникацию с клиентами, решать их проблемы и корректировать предложения, что невозможно при использовании традиционных каналов связи.

Кроме того, в условиях высококонкурентной бизнес-среды, успешное применение SMM позволяет компаниям выделиться среди конкурентов, снизить стоимость привлечения клиентов и повысить клиентскую поддержку.

1.3. Цели статьи

Данная статья направлена на комплексный анализ текущего состояния социальных медиа маркетинга, а также инструментов, которые активно применяются для продвижения брендов и товаров. В статье рассматриваются не только технические инструменты SMM, но и важнейшие тренды, влияющие на будущее этой сферы. Мы проанализируем, как технологии изменили подходы к созданию контента, взаимодействию с аудиторией и использованию данных. Также уделим внимание этическим и социальным аспектам, которые становятся все более актуальными в мире цифрового маркетинга.

2. История развития SMM

2.1. Происхождение SMM и его эволюция

Начало эры социальных медиа маркетинга связано с ростом популярности таких платформ, как Friendster и MySpace в начале 2000-х. Данные сайты предоставляли пользователям возможность не только общаться, но и делиться контентом, что дало маркетологам новый канал для распространения информации.

Однако настоящий взлет SMM произошел с появлением Facebook в 2004 году. Платформа быстро приобрела популярность, и бизнесы начали осознавать ее потенциал как канала для продвижения. Вначале маркетинг в соцсетях ограничивался созданием аккаунтов и публикацией постов. Рекламные кампании сводились к постам и баннерам, которые, все-таки и приносили результаты, но не могли обеспечить высокий уровень вовлеченности.

С 2007-2008 годов, с развитием технологий таргетинга и появления инструментов аналитики, таких как Facebook Ads и Google Analytics**, SMM начал переходить от простых постов к более структурированным и продуманным рекламным кампаниям. В это время маркетологи стали понимать важность данных, и каждый шаг стал поддерживаться количественными показателями, такими как клики, просмотры и вовлеченность.

2.2. Основные этапы развития SMM

1. **Ранний этап: создание первого контента (2000-2005 гг.)** На этом этапе компании, только начавшие работать в социальных медиа, не имели четкой стратегии и зачастую просто

размещали баннеры на платформах вроде MySpace. Контент был в основном информационным, а сам процесс взаимодействия с пользователями ограничивался минимальными усилиями.

2. Этап органического роста: взаимодействие с пользователями (2005-2010 гг.) В это время компании начали создавать страницы и паблики, использовать возможность общаться с аудиторией. Контент стал разнообразнее: текст, изображения и видео. Вместо баннеров рекламодатели стали публиковать авторские посты, вовлекающие пользователей в обсуждение.

3. Этап платной рекламы и таргетинга (2010-2015 гг.) Facebook*, Twitter* и другие сети начали вводить возможности для таргетированной рекламы, которая позволяла направлять сообщения именно тем пользователям, которые могут быть заинтересованы в товаре или услуге. Этот этап был важным для развития более эффективных инструментов аналитики и автоматизации рекламных кампаний.

4. Этап использования автоматизации и аналитики (2015 – настоящее время) Современный SMM невозможен без использования инструментов аналитики. Развитие искусственного интеллекта и алгоритмов, на которых строятся системы рекомендаций и таргетинга, открыло новые возможности для создания персонализированного контента и рекламы.

2.3. Влияние технологической инновации на SMM

В последние десятилетия инновации в области технологий преобразовали все сферы жизни, и SMM не стал исключением. Современные инструменты и платформы предлагают не только простую публикацию контента, но и сложные системы анализа, мониторинга и оценки эффективности. Особое внимание стоит уделить искусственному интеллекту, который помогает в анализе данных и прогнозировании поведения потребителей. Примером такой технологии являются рекомендации на платформах, таких как YouTube или Netflix, где алгоритмы на основе предпочтений пользователя подбирают контент, повышая его вовлеченность и, как следствие, эффективность рекламных мероприятий.

3. Ключевые инструменты SMM

Для того чтобы эффективно работать в сфере социальных медиа маркетинга, необходимо использовать специализированные инструменты, которые помогут с управлением контентом, анализом аудитории и оптимизацией рекламных мероприятий. На рынке существует множество платформ и сервисов, каждый из которых решает свои задачи, обеспечивая интеграцию различных функций.

3.1. Специализированные платформы SMM

Платформы для управления SMM играют ключевую роль в любой маркетинговой стратегии. Данные инструменты помогают не только планировать и управлять контентом, но и анализировать эффективность, взаимодействовать с аудиторией и автоматизировать процессы. Рассмотрим несколько самых популярных инструментов.

Hootsuite

Hootsuite – одна из ведущих платформ для управления социальными сетями. Она позволяет интегрировать различные аккаунты социальных сетей и управлять ими через единый интерфейс. Это удобный инструмент для планирования публикаций, отслеживания реакции пользователей и анализа данных. Он поддерживает популярные платформы, такие как Facebook, Twitter*, Instagram* и LinkedIn. Hootsuite также позволяет отслеживать ключевые слова и упоминания, что помогает в мониторинге репутации бренда и конкурентов.

Buffer

Buffer – еще один популярный инструмент для управления контентом в социальных сетях. Он похож на Hootsuite, но имеет ряд особенностей, которые делают его удобным для небольших команд. Buffer позволяет планировать публикации на разных платформах, а также дает подробные отчеты по эффективности каждого поста. Это особенно полезно для малых и

средних бизнесов, которым нужно следить за результатами и вовлеченностью при минимальных затратах времени.

Sprout Social

Sprout Social – это более усовершенствованный инструмент для корпоративных пользователей. Помимо планирования контента и публикаций, он предоставляет развернутую аналитику и инструменты для управления отношениями с клиентами. Платформа поддерживает мониторинг социальных сетей, позволяет отслеживать и отвечать на сообщения пользователей и создавать детализированные отчеты. Sprout Social подходит для крупных компаний и агентств, которым нужно масштабировать работу и оптимизировать процессы.

3.2. Инструменты для аналитики и измерения эффективности

Для того чтобы оценить результаты SMM-кампаний, важно использовать правильные инструменты аналитики. Они помогают отслеживать, какие посты или рекламные мероприятия приносят наибольшую отдачу, а также выявлять перспективные области для улучшения.

Google Analytics**

Google Analytics** – это универсальный инструмент для анализа трафика на вебсайт, в том числе трафика, поступающего из социальных сетей. Он позволяет отслеживать поведение пользователей, которые пришли на сайт через соцсети, и оценивать, какие источники трафика работают эффективнее. С помощью Google Analytics** можно также отслеживать конверсии и понимать, какой контент или рекламные объявления приводят к целевым действиям (например, покупке или подписке).

Facebook Insights*

Facebook Insights* – это встроенный аналитический инструмент для бизнес-страниц на Facebook. Он позволяет анализировать поведение пользователей, вовлеченность, охват и демографию аудитории. На основе полученных данных можно оптимизировать контент и рекламное продвижение. Facebook Insights также помогает определить, какие публикации вызывают большое внимание и взаимодействие со стороны пользователей.

Twitter Analytics*

Twitter Analytics* предоставляет подробную информацию о вовлеченности пользователей с вашими твитами. С его помощью можно отслеживать, сколько раз были прочитаны твиты, сколько раз их ретвитили и комментировали, а также определять, какая аудитория наилучшим образом реагирует на контент. Этот инструмент полезен для анализа эффективности Twitter-кампаний* и корректировки стратегии.

Instagram Insights*

Instagram Insights*, аналогично Facebook Insights*, позволяет анализировать поведение подписчиков и эффективность публикаций в Instagram*. Важно отметить, что для использования Instagram Insights* нужно иметь бизнес-аккаунт. Инструмент предоставляет данные о вовлеченности, охвате, демографической характеристике подписчиков и помогает делать более целенаправленные и настроенные под пользователя публикации.

3.3. Раскрытие и управление контентом

Важнейшим элементом SMM является создание качественного контента, который будет интересен и полезен вашей аудитории. Управление контентом включает не только его создание, но и стратегическое распределение по социальным платформам, управление графиками публикаций и корректировка контента в зависимости от откликов пользователей.

Canva

Canva – это инструмент для создания визуального контента. Он позволяет легко создавать изображения для социальных сетей, рекламные баннеры, инфографику и другие визуальные материалы. Canva идеально подходит как для начинающих, так и для опытных пользователей, так как предоставляет множество шаблонов и прост в использовании. Важно отметить, что Canva поддерживает интеграцию с социальными платформами, что упрощает процесс публикации контента.

Adobe Spark

Adobe Spark – это более сложный инструмент для создания визуального контента, включая графику, видео и веб-страницы. Он предоставляет широкий набор инструментов для редактирования и может быть полезен для более профессиональных маркетологов. Adobe Spark отлично подходит для создания видеоконтента, что делает его важным инструментом для платформ, таких как YouTube и Instagram*.

Trello

Trello – это инструмент для планирования и управления задачами, который часто используется для координации работы над контентом. В условиях SMM он помогает организовывать графики публикаций, распределять задачи между членами команды и отслеживать прогресс. Trello подходит для планирования и контроля работы с контентом, от идеи до публикации.

3.4. Автоматизация процессов в SMM

Автоматизация становится важным инструментом для улучшения процессов в SMM, особенно в крупных компаниях с большими объемами работы. Это позволяет освободить время для творческих и аналитических задач, а также ускорить процессы.

Zapier

Zapier – это платформа для автоматизации рабочих процессов, которая помогает интегрировать различные сервисы и приложения. Например, с помощью Zapier можно настроить автоматическую публикацию контента в нескольких социальных сетях сразу или автоматическое создание отчетов по результатам рекламного продвижения. Это позволяет оптимизировать рутинные процессы и повысить их эффективность.

Buffer для автоматизации

Buffer также предоставляет функции для автоматизации публикаций. Планирование постов с учетом разных часовых поясов и оптимальных временных промежутков для каждой платформы позволяет не только сэкономить время, но и увеличить охват аудитории. Важно, что Buffer поддерживает не только автоматизацию публикаций, но и отслеживание результатов в реальном времени.

4. Тенденции и перспективы SMM

Сфера социальных медиа маркетинга развивается стремительными темпами, и маркетологи должны быть в курсе актуальных изменений, чтобы эффективно применить свои стратегии. Рассмотрим ключевые тенденции, которые будут влиять на SMM в ближайшие годы, а также прогнозируемые перспективы.

4.1. Расширение покрытия платформ

В последние годы количество социальных платформ продолжает увеличиваться. Если раньше фокус был преимущественно на Facebook*, Twitter*, Instagram*, то сегодня все большее внимание уделяется новым, не всегда традиционным каналам, таким как TikTok, Snapchat и платформы для опытных пользователей, такие как LinkedIn.

TikTok, например, стал важным игроком на рынке SMM. Это платформа, ориентированная на короткие видеоролики, которая привлекла внимание как пользователей, так и

рекламодателей. В TikTok маркетологи могут создавать креативные и вирусные проекты, которые быстро привлекают внимание. В 2020-х годах TikTok стал особенно популярным среди молодежной аудитории, что сделало его важным инструментом для продвижения брендов, ориентированных на молодежный сегмент.

Тем не менее платформы по примеру LinkedIn, которые фокусируются на профессиональном контенте, продолжают развиваться и становятся важными каналами для B2B-маркетинга. Это особенно важно для компаний, работающих в нишевых отраслях или предоставляющих специализированные услуги.

Помимо популярных социальных сетей, рост популярности мессенджеров, таких как WhatsApp и Telegram, также открывает новые возможности для маркетологов. В частности, мессенджеры становятся важным каналом для личных и частных коммуникаций с клиентами.

В будущем, с учетом расширяющегося числа платформ и стремительного роста новых технологий, маркетологи будут вынуждены применять свои стратегии под множество каналов и использовать более комплексные подходы для работы с аудиторией.

4.2. Взаимодействие с аудиторией и усиление связи

Одной из наиболее значимых тенденций является изменение подхода к коммуникации с аудиторией. Если раньше многие бренды активно использовали одностороннюю коммуникацию, публикуя рекламные посты и контент, то сегодня акцент смещается на двухстороннее взаимодействие.

Современные пользователи социальных сетей ожидают от брендов не только информации, но и активного вовлечения. Важно не просто размещать посты, но и активно отвечать на комментарии, участвовать в обсуждениях, а также проводить интерактивные акции (например, опросы, конкурсы или прямые эфиры).

Интерактивность в контенте также повышает вовлеченность. Например, Instagram Stories* с функцией опросов и квизов, прямые трансляции на YouTube или Instagram*, а также живое общение через чаты становятся важными инструментами для брендов, которые хотят укрепить связь с клиентами.

Использование искусственного интеллекта и чат-ботов также играет важную роль в этом процессе. Они позволяют в реальном времени взаимодействовать с пользователями, отвечать на их вопросы и помогать с выбором продуктов. Это усиливает ощущение индивидуального подхода и доверия к бренду.

4.3. Подход к контенту и его оптимизация

В последние годы контент, который публикуют бренды в социальных сетях, претерпел значительные изменения. Если раньше акцент делался на количестве публикаций, то теперь важнее качество контента и его соответствие интересам аудитории. Сегодня ключевым фактором успешных продвижений является персонализация контента.

Персонализированный контент помогает не только привлечь внимание, но и удержать аудиторию. Например, бренды начинают использовать данные о поведении пользователей (такие как просмотренные товары, клики, подписки) для создания специальных предложений и контента, который будет интересен именно этому пользователю.

Одним из самых ярких примеров является использование динамических рекламных объявлений в Facebook* и Instagram*, которые автоматически адаптируются под интересы пользователей. Например, если клиент просматривал определенную модель телефона, реклама может показывать именно этот товар, а не общую рекламу для всех пользователей.

Оптимизация контента также включает использование правильных ключевых слов и хештегов, адаптированных под интересы целевой аудитории. Важно, чтобы контент был максимально доступным и понятным, а также чтобы он легко находился через поисковые системы и внутренние механизмы платформ.

4.4. Использование искусственного интеллекта и машинного обучения

Искусственный интеллект (AI) и машинное обучение (ML) – это уже не футуристическая концепция, а вполне реальные инструменты, которые активно применяются в маркетинговых стратегиях. В рамках SMM технологии AI и ML помогают маркетологам принимать более точные решения на основе огромного объема данных.

Применение AI и ML в SMM:

- **Анализ и прогнозирование поведения аудитории:** Алгоритмы машинного обучения могут анализировать поведение пользователей и прогнозировать, какие посты или рекламные объявления будут наиболее подходящими. Они могут учитывать такие параметры, как время суток, интересы пользователя и его прошлые действия на платформе.
- **Персонализация контента:** На основе предпочтений пользователей AI может автоматически генерировать персонализированные предложения и сообщения. Это позволяет брендам создавать максимально релевантный контент, который будет интересен каждой отдельной личности.
- **Оптимизация рекламы:** Использование алгоритмов для определения самых эффективных рекламных стратегий и размещения объявлений в реальном времени позволяет значительно снизить расходы на рекламу и повысить её результативность.

Искусственный интеллект также активно используется для создания контента. Системы AI уже способны генерировать текстовые и визуальные материалы, что помогает ускорить процесс контент-менеджмента. Примером такого инструмента является генерация статей с помощью GPT-3, которая позволяет автоматизировать многие процессы в сфере контент-маркетинга.

4.5. Социальная ответственность и этика в SMM

В последние годы социальная ответственность и этика стали важной частью SMM. Платформы и бренды осознают, что их действия могут оказывать влияние на общественное мнение и даже на восприятие всего бизнеса.

Ключевые аспекты социальной ответственности:

- **Этика в рекламе:** Важность честности и прозрачности в рекламе, отсутствие манипуляций с большим количеством фальшивых отзывов или «кликбейтов».
- **Инклюзивность и разнообразие:** Современные бренды должны учитывать многообразие своей аудитории и создавать контент, который будет доступен и понятен для различных групп людей. Это важно не только с точки зрения этики, но и с точки зрения эффективного маркетинга.
- **Устойчивость и экология:** Социальная ответственность включает также экологические аспекты. Сегодня многие компании вносят вклад в устойчивое развитие и включают в свою маркетинговую стратегию экологически чистые практики.

С развитием социальных сетей и все большей осведомленностью пользователей, бренды, игнорирующие эти вопросы, рискуют потерять доверие своей аудитории.

5. Заключение

5.1. Краткое изложение основных находок

Мы рассмотрели, как социальная медиа маркетинг (SMM) развивается, начиная с первых шагов и заканчивая современными подходами и инструментами. Основное внимание было уделено ключевым инструментам SMM, таким как платформы для управления контентом, аналитические сервисы и инструменты автоматизации. Мы также рассмотрели важнейшие тенденции, такие как расширение платформ, персонализация контента, использование искусственного интеллекта и машинного обучения, а также вопросы социальной ответственности.

5.2. Проявление тенденций и перспектив

Перспективы SMM ясны: технологии продолжают развиваться, открывая новые возможности для маркетологов. Важно понимать, что маркетинг в социальных сетях будет все больше ориентирован на индивидуальные предпочтения пользователей, а технологии, такие как AI, станут неотъемлемой частью результативных стратегий.

5.3. Значение продолжения исследований в области SMM

Как показали текущие тенденции, SMM продолжает трансформироваться, и важно, чтобы бизнесы и маркетологи продолжали следить за новыми исследованиями и инновациями в этой области. Это позволит не только поддерживать конкурентоспособность, но и эффективно адаптироваться к быстро меняющимся условиям цифрового мира.

**Instagram, Twitter, Facebook, Meta – социальная сеть, запрещенная на территории РФ, как продукт организации Meta, признанной экстремистской – прим. ред.*

***По требованию Роскомнадзора информируем, что иностранное лицо, владеющее информационными ресурсами Google является нарушителем законодательства Российской Федерации – прим. ред.*

Список литературы:

1. Кузнецова Л.И. Инструменты SMM в современном бизнесе. М.: Эдиториал УРСС, 2020. – 340 с.
2. Мельникова В.Г. Влияние социальных сетей на потребительские предпочтения // Социология и рынок. – 2020. – № 8. – С. 12-20. [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.sociology-market.com/articles/consumer-preferences> (дата обращения 18.01.2025).
3. Петров А.Ю. Развитие социальных сетей и их влияние на маркетинговые стратегии // Журнал "Маркетинг и реклама". – 2019. – № 4. – С. 56-64. [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.marketing.ru/articles/social-media-marketing> (дата обращения 15.01.2025).
4. Федорова Н.А. Социальные медиа: теория и практика. М.: Научная книга, 2017. – 280 с.
5. Степанов И.Ю. Технологии и тренды в SMM // Вестник цифровых технологий. – 2021. – № 2. [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.digtechjournal.ru/articles/smm> (дата обращения 12.01.2025).

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ

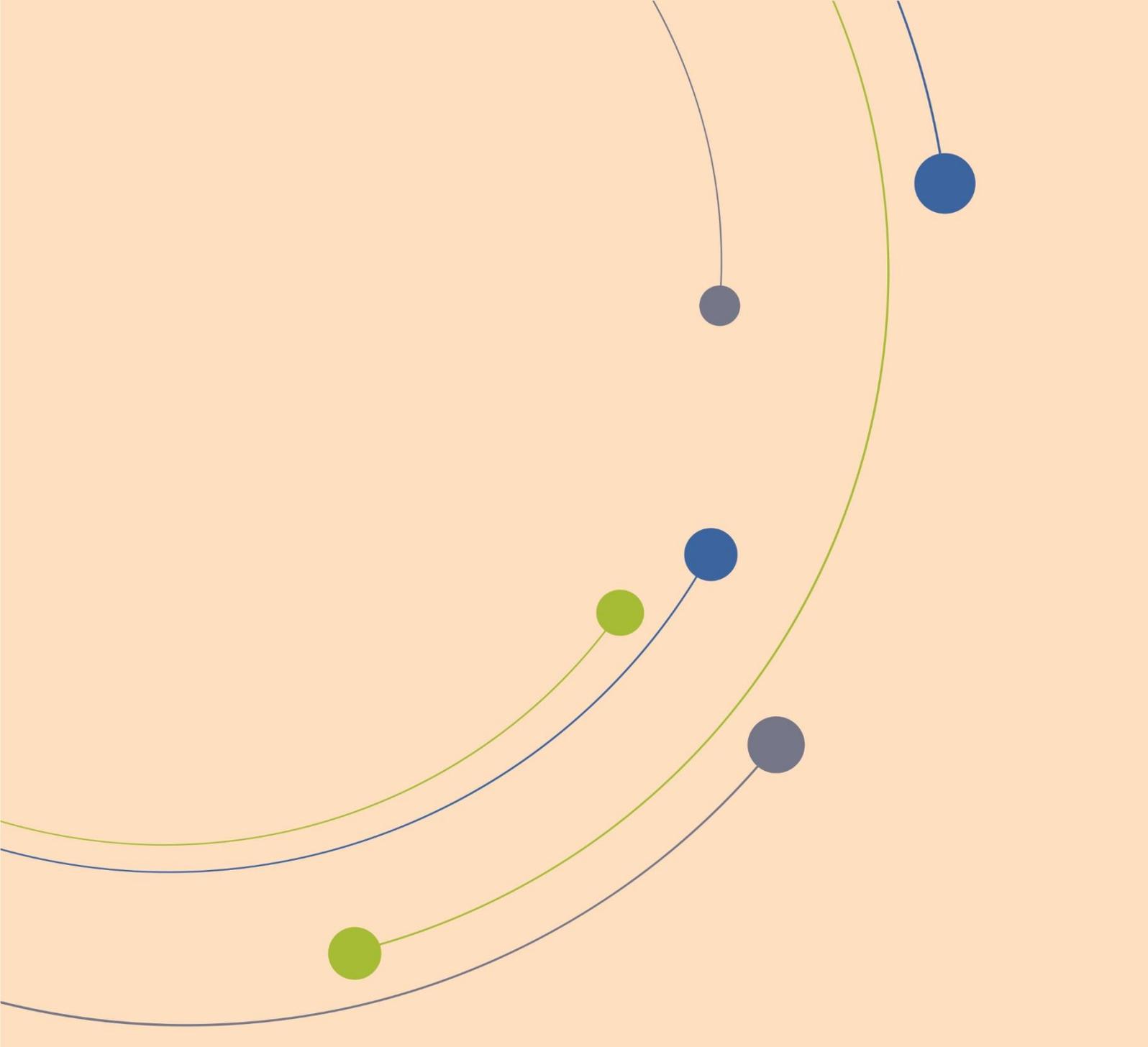
№ 2 (298)
Январь 2025 г.

Часть 2

В авторской редакции

Издательство ООО «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 4.
E-mail: mail@sibac.info

16+



Свидетельство о регистрации СМИ:
ЭЛ № ФС 77 - 77221 от 20 ноября 2019 г.
г. Новосибирск



sibac.info